

Edukasi Dan Pemberdayaan Pemuda Desa Leko Pancing Berbasis Ekonomi Kreatif Bambu di Era Digital

¹⁾ Muhammad Haristo Rahman, ²⁾ Aminuddin, ³⁾ Nahridzah Mahjubuh Shiber,

¹⁾Pendidikan Teknik Bangunan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

²⁾Pendidikan Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

³⁾Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

E-mail : m.haristo.rahman@unm.ac.id , aminuddin@unm.ac.id , nahridzah.mahjubuh@unm.ac.id

Received: 23.09.2025	Revised: 04.10.2025	Accepted: 25.10.2025	Available online: 09.11.2025
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

Abstract: *This program empowers youth in Leko Pancing Village (Tanralili, Maros) through a bamboo based creative economy integrated with digital marketing. Activities began with an initial observation, proceeded through two training sessions, and concluded with reporting to inform mentoring evaluation. The training covered precision cutting for bamboo cup coasters and a digital-literacy workshop focused on producing promotional content as part of digital-era marketing. Evaluation employed pre- and post-activity questionnaires, product observation, and mentoring. As outcomes, the “Sipakaenre” youth produced market-ready items meeting basic quality standards, established the “Bambu Leko” brand, and created product marketing content. The survey indicated 46.7% were highly interested and 53.3% interested in bamboo entrepreneurship, signaling readiness for small-batch production and the program’s replication potential.*

Keywords: *Bamboo; Creative Economy; Skills Training; Digital Marketing; Youth Empowerment.*

Abstrak: Program ini memberdayakan pemuda Desa Leko Pancing (Tanralili, Maros) melalui ekonomi kreatif berbasis bambu yang terintegrasi dengan pemasaran digital. Kegiatan diawali observasi dan dilanjutkan dua pelatihan dan diakhiri dengan pelaporan sebagai bahan evaluasi pendampingan. Kegiatan pelatihan meliputi pembuatan dudukan gelas dengan pemotongan presisi serta workshop literasi digital untuk produksi konten promosi sebagai aspek pemasaran di era digital. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner pra dan pasca kegiatan, observasi produk, dan pendampingan. Hasilnya, pemuda “Sipakaenre” menghasilkan produk siap jual berstandar sederhana, membangun brand “Bambu Leko”, membuat konten pemasaran produk. Survei menunjukkan 46,7% sangat berminat dan 53,3% berminat berwirausaha bambu, menandakan kesiapan menuju produksi batch kecil dan potensi replikasi program.

Kata kunci: Bambu; Ekonomi Kreatif; Pelatihan Keterampilan; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Pemuda.

1. PENDAHULUAN

Di tengah derasnya arus digitalisasi yang mentransformasi lanskap ekonomi global, kawasan pedesaan dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang unik yakni bagaimana memadukan kekayaan sumber daya alam lokal dengan inovasi teknologi untuk menciptakan pembangunan berkelanjutan. Transformasi digital menawarkan potensi besar untuk mengakselerasi pertumbuhan ekonomi di daerah, asalkan diimbangi dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia lokal (Bangsawan 2023; Lubis and Sinaga 2024; Syahza and Suarman 2013). Fenomena ini menjadi latar belakang utama sebagai kebutuhan nyata yang terjadi di Desa Leko Pancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros. Wilayah ini dianugerahi potensi bambu yang melimpah serta memiliki jumlah penduduk yang relatif padat (Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros 2024), sehingga secara teoritis berpeluang besar mengembangkan sektor ekonomi kreatif berbasis sumber daya lokal. Namun, kenyataannya pemanfaatan bambu di desa ini masih sangat terbatas dan sering kali hanya berakhir sebagai limbah tanpa nilai tambah. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan bahan baku alam yang berlimpah dengan keterampilan serta inovasi masyarakat dalam mengolahnya menjadi produk bernilai ekonomi. Ironisnya, sumber daya strategis ini yang oleh para ahli disebut sebagai “emas hijau” karena potensi ekonomi dan ekologisnya belum termanfaatkan secara optimal (Binfield et al. 2022).

Kondisi ini merefleksikan paradoks umum di pedesaan Indonesia, di mana jurang antara ketersediaan bahan baku dan minimnya keterampilan, inovasi, serta akses pasar menjadi penghambat utama pertumbuhan ekonomi. Banyak pelaku usaha mikro di pedesaan menghadapi kendala serupa,

yang membatasi kemampuan mereka untuk berkembang dan bersaing (Maimuna et al. 2024). Kasus perbandingan menunjukkan bahwa edukasi pengolahan bambu dan pemasaran digital mampu memperluas pasar dan mengangkat pendapatan warga, sebagaimana ditunjukkan pada program pengabdian di Desa Melikan (Gunungkidul) yang mengajarkan pengolahan bambu menjadi kerajinan dan pemanfaatan media sosial / *marketplace* untuk pemasaran (Pangestika et al. 2021).

Bambu di Desa Leko Pancing sendiri berada pada posisi strategis tetapi belum termaksimalkan, tumbuh subur dan mudah diakses, namun belum menjadi motor penggerak ekonomi yang signifikan, khususnya bagi generasi muda. Untuk menjawab tantangan tersebut, dirancanglah program “Edukasi Dan Pemberdayaan Pemuda Desa Leko Pancing Berbasis Ekonomi Kreatif Bambu di Era Digital.” Program ini hadir sebagai intervensi terarah yang bertujuan mengubah paradigma lokal dari memandang bambu sebagai limbah menjadi melihatnya sebagai kanvas untuk kreativitas dan peluang wirausaha. Melalui pendekatan holistik, generasi muda tidak hanya dibekali keterampilan teknis untuk mengolah bambu menjadi produk kerajinan inovatif, tetapi juga diperkenalkan pada ekosistem digital untuk desain produk, branding, dan pemasaran online (Sutanto and Mawaddah 2024) (Taryudi et al. 2021)(Sufyaningsi et al. 2025)(Fadlullah et al. 2025).

Pendampingan branding dan e-commerce terbukti efektif dalam meningkatkan kesiapan digital UMKM (Fadlullah et al. 2025) (Sutarjo, Diniati, and Setiawati 2023). Usaha kecil menengah di Indonesia masih banyak yang harus ditingkatkan untuk memudahkan sebuah pekerjaan dalam setiap bidangnya (Rahman 2023). Lebih jauh, kegiatan ini menekankan bagaimana pemberian edukasi kepada kelompok pemuda Desa Leko Pancing mendorong transformasi sosial-ekonomi: limbah bambu diarahkan menjadi kerajinan, furnitur, dan produk inovatif bernilai jual, sementara dukungan teknologi digital memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa adopsi pemasaran digital terbukti efektif meningkatkan penjualan UMKM di pedesaan (Aziezy et al. 2024; Zusrony et al. 2024).

Kegiatan program pemberdayaan menjadi jembatan antara kearifan lokal dan tuntutan pasar global, mengubah potensi alam yang terabaikan menjadi fondasi ekonomi kreatif yang inklusif dan ramah lingkungan. Lebih dari sekadar pelatihan, inisiatif ini merupakan model pengembangan desa di era digital yang menempatkan generasi muda sebagai agen perubahan peran yang diakui luas dalam literatur pemberdayaan masyarakat. Tujuan utama program ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda dalam mengolah bambu serta memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan peluang ekonomi kreatif yang berkelanjutan di Desa Leko Pancing.

2. METODE

Kegiatan pengabdian dilakukan pada bulan Juni sampai dengan September 2024 yang berlokasi di Desa Leko Pancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan. Secara garis besar, metode pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan terbagi menjadi 3 tahapan kegiatan utama yakni Observasi Awal dan Persiapan Materi Pelatihan, Tahapan Pelaksanaan Pengabdian dan terakhir tahapan penyusunan laporan. Kegiatan ini juga mengadopsi prinsip *Participatory Action Research (PAR)* (Chevalier and Buckles 2019) di mana masyarakat secara aktif terlibat bersama peneliti dalam merumuskan masalah, melaksanakan tindakan yang akan dilakukan.

Observasi Awal dan Persiapan Materi Pelatihan.

Pelaksanaan pengabdian yang pertama dilakukan adalah dengan melakukan observasi awal langsung ke lokasi pengabdian. Tim melakukan pertemuan tokoh masyarakat dan kelompok pemuda Sipakaenre pada 15 Juni 2025, dan menjadi baseline untuk perancangan pelatihan. Observasi dilengkapi kuesioner untuk mendapatkan indikator pengetahuan dan keterampilan awal peserta dan menentukan target hasil belajar yang terukur. Berdasarkan temuan observasi, tim menyusun dua klaster modul sebagai materi pelatihan: (A) Produksi/teknik pengolahan bambu pemilihan dan pengawetan bahan, teknik potong bentuk sambung, finishing ramah lingkungan, serta praktik produk demonstrasi (misalnya coaster/tatakan gelas); (B) Pemasaran digital & pengelolaan usaha dasar branding, foto produk sederhana serta pembukaan dan pengelolaan akun *marketplace*.

Tahapan Pelaksanaan Pengabdian.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam program “Edukasi dan Pemberdayaan Pemuda Desa Leko Pancing Berbasis Ekonomi Kreatif Bambu di Era Digital” dilaksanakan melalui dua sesi sebagai pemberian edukasi secara bertahap kepada kelompok pemuda Sipakaenre. Setiap kegiatan diikuti oleh 15 orang peserta. Durasi tiap pelatihan dirancang selama kurang lebih 4-6 jam, mencakup penyampaian materi, demonstrasi praktik, dan interaksi tanya jawab serta pendampingan praktik.

Kegiatan pertama, berupa pelatihan dan workshop, dilaksanakan pada hari Sabtu, 26 Juli 2025. Sesi ini diawali dengan penyampaian materi oleh tim pengabdian, yaitu Bapak Muhammad Haristo Rahman bersama Aminuddin, yang menguraikan secara rinci tentang potensi pengolahan bambu menjadi berbagai benda kreatif bernilai ekonomis. Materi menekankan pengolahan bambu mulai dari kerajinan tangan sederhana hingga produk inovatif yang kompetitif di pasar, misalnya tatakan/dudukan gelas (*coaster*) bambu yang lazim dijumpai di coffee shop.



Gambar 1 Pelaksanaan Workshop

Kegiatan kedua dilaksanakan pada hari Sabtu, 13 September 2025, dengan Materi disampaikan oleh Nahridzah, yang menekankan strategi pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk. Sesi ini memperkenalkan konsep online shop dan e-commerce sebagai sarana pemasaran di era digital, mencakup pengenalan platform populer (seperti Shopee, Tokopedia, dan marketplace lokal), strategi branding melalui media sosial, serta teknik fotografi produk sederhana untuk meningkatkan daya tarik promosi. Dengan pelaksanaan yang dilakukan seperti ini peserta tidak hanya memahami aspek produksi bambu, tetapi juga memiliki bekal keterampilan digital untuk memperluas jangkauan pasar produk yang diproduksi. Mirip dengan kegiatan pertama, sesi ini diakhiri dengan tanya jawab interaktif untuk memperdalam pemahaman peserta.

Pada akhir setiap kegiatan, dilakukan pengisian kuesioner sebagai instrumen evaluasi untuk mengevaluasi pemahaman, persepsi, serta manfaat yang dirasakan peserta dari kegiatan sosialisasi. Instrumen kuesioner yang digunakan berupa formulir pre- dan post-test dengan kombinasi pertanyaan skala Likert (skala 1-5 untuk mengukur tingkat pemahaman dan kepuasan) serta pertanyaan terbuka untuk kualitatif mengenai kendala dan saran perbaikan.

Tahapan Penyusunan Laporan

Penyusunan Laporan Akhir merangkum latar belakang, tujuan, metode, pelaksanaan, hasil dan pembahasan (termasuk analisis perbandingan skor prapasca dan contoh peningkatan kualitas produk serta keterlibatan pasar), kendala dan mitigasi, hingga rencana keberlanjutan/pendampingan lanjutan.

Laporan dilengkapi lampiran: daftar hadir, jadwal kegiatan, rubrik penilaian produk, tautan toko daring/akun media sosial, serta dokumentasi kegiatan. Sebelum diserahkan, laporan melalui proses validasi internal (review ketua tim) dan paraf mitra sebagai bentuk konfirmasi manfaat program dan komitmen keberlanjutan.

Tabel 1. Instrumen Evaluasi Pelaksanaan Pengabdian

Apsek Yang di Ukur	Indikator Keberhasilan
Pemahaman Materi	Peningkatan pengetahuan peserta mengenai potensi bambu dan teknik pengolahannya
Keterampilan Praktik produksi bambu.	Peserta mampu melakukan proses pemotongan, penekanan (dengan jig press), dan penyelesaian produk tatakan gelas bambu.
Keterampilan Desain Promosi Produk	Peserta membuat desain promosi yang menarik
Sikap dan Motivasi Wirausaha	Meningkatnya minat dan motivasi peserta untuk mengembangkan usaha kecil berbasis bambu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

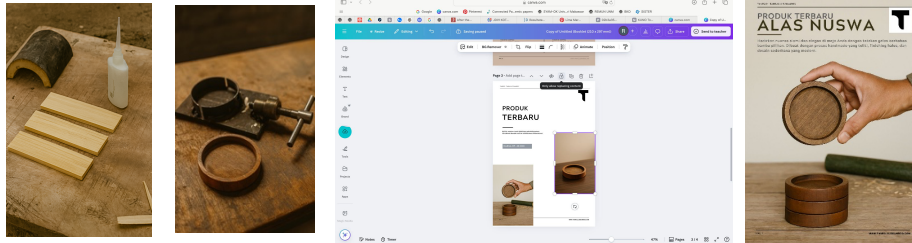
Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada peningkatan kompetensi teknis dan komersial pemuda Desa Leko Pancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros. Pengabdian dilakukan sebagai jawaban dalam memanfaatkan potensi bambu menjadi produk bernilai tambah. Produk unggulan yang dihasilkan berupa dudukan gelas dari bambu yang dibentuk menggunakan alat bantu (jig) untuk memastikan presisi dan konsistensi produk. Selain penyampaian materi, kegiatan dilaksanakan secara interaktif melalui sesi diskusi dan tanya jawab. Peserta menyampaikan kendala teknis (pemilihan ruas, penyambungan tanpa paku, standar ukuran) serta pertanyaan seputar strategi pemasaran digital (pemilihan platform, pembuatan konten, penetapan harga, dan layanan pelanggan). Fasilitator memberikan umpan balik langsung, demonstrasi singkat, serta contoh praktik baik dari produk dan etalase daring. Masukan peserta dihimpun sebagai feed-forward untuk penyesuaian materi berikutnya dan menjadi bagian dari evaluasi formatif, sehingga pembelajaran lebih kontekstual, kebutuhan peserta terakomodasi, dan rencana pendampingan lanjutan lebih tepat sasaran.



Gambar 2 Penyerahan Teknologi Tepat Guna

Melalui dua kegiatan utama, yaitu pelatihan pembuatan dudukan gelas dari bambu dan workshop literasi digital serta pemasaran online, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan praktis, tetapi juga kemampuan untuk mengembangkan usaha mandiri berbasis sumber daya lokal. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam produktivitas, pemahaman pasar, dan keberlanjutan ekonomi masyarakat desa. Pelatihan pembuatan dudukan gelas (*coaster*) dari bambu dirancang sebagai *hands on training* komprehensif yang menuntun peserta dari pemilihan bahan hingga *finishing* akhir. Pada tahap awal, peserta mengenali karakteristik bambu petung dan bambu tali yang sesuai untuk produk fungsional, sekaligus mempraktikkan teknik pengawetan sederhana. Mereka kemudian dilatih melakukan pemotongan presisi menggunakan gergaji khusus dan alat ukur agar menghasilkan lingkaran bambu berukuran konsisten. Proses berlanjut ke perakitan dengan pemanfaatan jig untuk membentuk lingkaran sempurna dan teknik penyambungan tanpa paku (*adhesive/press*), lalu *finishing* berjenjang melalui pengamplasan bertahap dan pelapisan food-grade untuk keamanan penggunaan. Luaran yang tampak ialah coaster siap jual dengan kualitas estetika dan fungsional yang baik, standar mutu sederhana (ukuran, kehalusan, keamanan lapisan) yang mulai

diadopsi peserta, serta tumbuhnya sense of design melalui diskusi tren pasar (cozy café/coffee shop), variasi motif, dan kemasan. Kendala yang muncul yakni kesulitan sebagian peserta pada teknik penyambungan diatasi melalui pendampingan individu dan optimasi jig, yang terbukti meningkatkan konsistensi hasil dan kepercayaan diri.



Gambar 3 Dokumentasi Luaran Dua Kegiatan Utama

Workshop literasi digital dan pemasaran online melengkapi kemampuan produksi dengan kompetensi komersialisasi. Peserta membangun identitas merek (nama, logo, storytelling) dan melahirkan brand “Bambu Leko” yang merefleksikan kekhasan lokal. Mereka memproduksi konten promosi menggunakan gawai pribadi mulai dari pemotretan produk, editing dasar, hingga penyusunan kalender konten sehingga setiap peserta memiliki minimal satu materi siap unggah untuk Instagram, Facebook, dan TikTok. Pada ranah penjualan, peserta mempraktikkan pembukaan dan pengelolaan akun Tokopedia/Shopee (alur pesanan, penetapan harga, promosi/diskon, respons pelanggan) dan mampu membuat akun marketplace aktif di akhir sesi. Kendala utama berupa kestabilan sinyal internet diatasi dengan modem portabel dan penyediaan materi cetak, memastikan kelancaran praktik.



Gambar 4 Dokumentasi Bersama Pasca Pelatihan

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan dampak yang nyata: kelompok pemuda “Sipakaenre” menjadi lebih mandiri dalam mengelola bambu sebagai sumber ekonomi mulai dari produksi berstandar hingga pemasaran digital yang sistematis. Hasil survei pascakegiatan terhadap 15 peserta menunjukkan 7 orang (46,7%) sangat berminat, 8 orang (53,3%) berminat, dan 0% tidak berminat menekuni wirausaha bambu; distribusi 100% minat positif ini dapat dibaca sebagai leading indicator keberlanjutan, yakni kesiapan bertransisi dari latihan menuju produksi batch kecil dan penjualan rutin yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat Desa Leko Pancing.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian di Desa Leko Pancing terlaksana sesuai rencana mulai observasi (15 Juni 2025), dua gelombang pelatihan (26 Juli 2025 & 13 September 2025), hingga pendampingan dan terbukti meningkatkan kompetensi teknis dan komersial pemuda dalam rantai nilai bambu. Melalui pelatihan pembuatan dudukan gelas (*coaster*) dan workshop literasi digital pemasaran online, peserta mampu menghasilkan produk siap jual dengan standar mutu sederhana (ukuran, kehalusan, finishing), membangun brand “Bambu Leko”, memproduksi konten promosi, serta mengaktifkan akun marketplace peserta. Kendala teknis (penyambungan tanpa paku, sinyal internet) dapat diatasi lewat jig, pendampingan individu, modem cadangan, dan materi cetak.

Dampak awal yang terukur menunjukkan 100% minat positif untuk menekuni wirausaha bambu (46,7% sangat berminat; 53,3% berminat), yang menjadi leading indicator kesiapan bertransisi dari latihan ke produksi batch kecil. Dengan kombinasi peningkatan keterampilan produksi dan kapabilitas pemasaran digital, inisiatif ini tidak hanya membuka peluang pendapatan baru bagi pemuda Sipakaenre Desa Leko Pancing Kec. Tanralili Kabupaten Maros, tetapi juga mendorong pemanfaatan sumber daya lokal yang berkelanjutan serta layak direplikasi sebagai model pengembangan ekonomi kreatif desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan Tinggi Sains dan Teknologi atas dukungan finansial yang memungkinkan terlaksananya program pengabdian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Kelompok Pemuda “Sipakaenre” Desa Leko Pancing, Kecamatan Tanralili, Kabupaten Maros beserta pemerintah desa dan seluruh mitra lokal atas partisipasi aktif, kerja sama, dan komitmen dalam setiap sesi pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziezy, Enrico, Akbar Pahlevi, Sandi Ramadhan, and Achmad Adi Saputra. 2024. “Revitalisasi Bisnis UMKM Di Desa Waluyo Melalui Inovasi Digital.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan* 4(3).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros. 2024. <https://maroskab.bps.go.id/id>.
- Bangsawan, Gema. 2023. “Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan Untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif.” *Jurnal Studi Kebijakan Publik* 2(1): 27–40.
- Binfield, Lucy, Tamara L. Britton, Chunping Dai, and John Innes. 2022. “Evidence on the Social, Economic, and Environmental Impact of Interventions That Facilitate Bamboo Industry Development for Sustainable Livelihoods: A Systematic Map Protocol.” *Environmental Evidence* 11(1): 33. <https://environmentalevidencejournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/s13750-022-00286-8>.
- Chevalier, Jacques M., and Daniel J. Buckles. 2019. *Participatory Action Research: Theory and Methods for Engaged Inquiry* *Participatory Action Research: Theory and Methods for Engaged Inquiry*.
- Fadlullah, Arif et al. 2025. “Peningkatan Keterampilan Branding Umkm Tarakan Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital Di Era 4.0.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin* 8(2): 127–36. <https://jurnal.univrab.ac.id/index.php/jpm/article/view/5522>.
- Lubis, Putri Safa Aulia, and Sefianza Suhana Sinaga. 2024. “Inovasi Teknologi Dan Transformasi Ekonomi: Peran Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi Daerah.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 3(1): 281–90.
- Maimuna, Fransiska Fitrya et al. 2024. “Transformasi Digital Dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat Dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital.” In *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial*, 187–98.
- Pangestika, Leonie Margaretha Widya et al. 2021. “Edukasi Pengolahan Dan Pemasaran Sebagai Bentuk Pemanfaatan Tanaman Bambu Di Desa Melikan.” *Jurnal Atma Inovasia* 1(1): 53–58.
- Rahman, Aviv Yuniar. 2023. “Peningkatan Manajemen Keuangan Dan Pemasaran Pada Ukm Ubi Jalar Berbasis Web.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin* 6(3): 242–47. <http://jurnal.univrab.ac.id/index.php/jpm/article/view/3115>.
- Sufyaningsi, Ulfa et al. 2025. “Economic Empowerment of Fishermen’s Wives-Financial Management and Digital Marketing Assistance Program for Sustainable MSME Development in Makassar Tallo District:

- Pemberdayaan Ekonomi Istri Nelayan-Program Pendampingan Manajemen Keuangan Dan Pemasaran D.” *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat)* 9(2): 67–74.
- Sutanto, Yufi Priyo, and Udkhiati Mawaddah. 2024. “Pelatihan Pemasaran Digital Dan Sosialisasi Pipeline CRM (Customer Relationship Management) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Blitar.” *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 4(6): 544–52.
- Sutarjo, Moch Armien Syifaa, Anisa Diniati, and Sri Dewi Setiawati. 2023. “Digital Marketing Communication Dalam Promosi Industri Ekonomi Kreatif Pariwisata.” *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 3(3): 432–39.
- Syahza, Almasdi, and Suarman Suarman. 2013. “Strategi Pengembangan Daerah Tertinggal Dalam Upaya Percepatan Pembangunan Ekonomi Pedesaan.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan* 14(1): 126–39.
- Taryudi, Ade et al. 2021. “Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal Melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk Dan Pemasaran Online Di Desa Pekandangan Jaya, Kabupaten Indramayu.” *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* 3(1): 27–35.
- Zusrony, Edwin et al. 2024. “Pelatihan Pemasaran Digital Dalam Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.” *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 5(1): 1–8.