

Pengembangan Jaringan Pengelolaan Dan Pemasaran Produk Terpadu Berbasis Digital Pada Umkm Dan Komunitas Binaan Desa Jatireja Cikarang Timur

Jakaria

Prodi Manajemen, STIE Dharma Agung Indonesia, Jawa Barat, Indonesia

Corresponding Author: damajakaria@gmail.com

Info Artikel

Submitted: 29 Juli 2026

Revised : 19 Agustus 2026

Accepted: 30 Agustus 2026

Published: 02 September 2026

Keywords: Village Productivity, MSMEs, Digital Marketing, E-Commerce, Local Creativity, Community Empowerment.

Kata Kunci: Produktivitas Desa, UMKM, Digital Marketing, E-Commerce, Kreativitas Lokal, Pemberdayaan Masyarakat.

Abstract

Jatireja Village in East Cikarang District, Bekasi Regency, possesses significant economic potential, particularly within the Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) sector and a food security program focused on tilapia farming. However, business growth in the village remains constrained by limited marketing reach, a lack of understanding and capacity regarding business digitalization (e-commerce), and financial management practices that are either conventional or intermingled with personal finances. This community service project aims to initiate a strategy for developing an integrated, digital-based product management and marketing network for MSMEs and supported communities in Jatireja Village. The implementation methods included field observations, in-depth door-to-door interviews, Focus Group Discussions (FGDs), entrepreneurship workshops, and direct assistance in creating digital platforms and profit-and-loss statements. Evaluation results after one month revealed significant capacity building among partners: the tilapia farming community (comprising 22 groups) gained insights into market expansion; the PKK (Family Welfare Empowerment) women successfully innovated by independently creating a dish soap product branded "DADEJA SOAP"; and various local MSMEs (such as Hanaila Food, Annasya Florist, and Ilham Cake) successfully adopted the Shopee e-commerce platform, improved their packaging logo designs, and implemented simple profit-and-loss bookkeeping. These findings confirm that a comprehensive approach—grounded in education, community collaboration, and digital adoption (Technosociopreneurship)—can sustainably foster and enhance the creativity and productivity of Jatireja Village residents, while simultaneously strengthening the village's economic competitiveness in the era of Industry 4.0 and Society 5.0.

Abstrak

Desa Jatireja, Kecamatan Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi, memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta program ketahanan pangan budidaya ikan nila. Namun, pertumbuhan usaha di desa ini masih sangat terkendala oleh terbatasnya jangkauan pemasaran, rendahnya pemahaman dan kapasitas sumber daya manusia (SDM) mengenai digitalisasi bisnis (e-commerce), serta manajemen keuangan yang masih konvensional atau bercampur dengan keuangan pribadi. Penelitian pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menginisiasi strategi pengembangan jaringan pengelolaan dan pemasaran produk terpadu berbasis digital pada UMKM dan komunitas binaan di Desa Jatireja. Metode pelaksanaan yang digunakan mencakup observasi lapangan, wawancara mendalam secara door-to-door, Focus Group Discussion (FGD), pelatihan (workshop) kewirausahaan, serta pendampingan langsung

pembuatan platform digital dan laporan laba rugi. Hasil evaluasi program selama satu bulan penuh menunjukkan peningkatan kapasitas mitra yang signifikan: komunitas budidaya ikan nila (22 kelompok) mendapatkan wawasan perluasan pemasaran; ibu-ibu PKK berhasil berinovasi menciptakan produk sabun cuci piring mandiri bermerek "DADEJA SOAP"; serta berbagai UMKM lokal (seperti Hanaila Food, Annasya Florist, dan Ilham Cake) sukses mengadopsi platform e-commerce Shopee, memperbaiki desain logo kemasan, dan menerapkan pembukuan laba rugi sederhana. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan komprehensif berbasis edukasi, kolaborasi komunitas, dan adopsi digital (Technosociopreneurship) mampu mendorong serta meningkatkan kreativitas dan produktivitas warga Desa Jatireja secara berkelanjutan, sekaligus memperkuat daya saing ekonomi desa di era revolusi industri 4.0 dan Society 5.0.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

PENDAHULUAN

Pada era ketidakpastian ekonomi global saat ini, kerap kali kita menjumpai fluktuasi perekonomian yang berdampak pada berbagai sektor industri, mulai dari perusahaan skala besar hingga industri perdagangan jasa yang mengalami pasang surut pendapatan. Kondisi ini seringkali bermuara pada efisiensi perusahaan yang mengakibatkan banyaknya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Di tengah ancaman tersebut, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tampil sebagai instrumen penyelamat ekonomi masyarakat. UMKM menjadi salah satu cara paling efektif bagi masyarakat untuk bertahan hidup, menyerap tenaga kerja, dan menggerakkan roda ekonomi lokal. Data dari berbagai institusi ekonomi mencatat bahwa UMKM yang didirikan dengan modal yang terjangkau telah terbukti menjadi penyangga utama perekonomian, khususnya di wilayah Jawa Barat.

Kecamatan Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi, merupakan salah satu wilayah yang memiliki tingkat pertumbuhan demografi dan ekonomi yang dinamis. Di dalam kecamatan ini terdapat Desa Jatireja, yang merupakan desa terluas dengan luas wilayah 531 Ha dan kepadatan penduduk mencapai 59,7 jiwa/km². Masyarakat Desa Jatireja memiliki keragaman profesi, dengan mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta di kawasan industri, pedagang, dan buruh harian. Berdasarkan hasil pemetaan dan observasi awal, potensi unggulan desa ini terbagi menjadi dua pilar utama, yaitu keberadaan UMKM yang memproduksi barang bernilai jual tinggi serta program ketahanan pangan melalui budidaya ikan nila yang tersebar secara masif di 22 kelompok komunitas binaan.

Meskipun potensi yang dimiliki cukup besar, pertumbuhan usaha di Desa Jatireja masih terkendala oleh sejumlah tantangan krusial. Berdasarkan data dan survei lapangan, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam memanfaatkan teknologi pemasaran modern, sempitnya jangkauan distribusi, serta minimnya inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan usaha. Produk budidaya ikan nila, misalnya, seringkali hanya didistribusikan secara konvensional di ruang lingkup tetangga atau pasar lokal tradisional. Selain itu, para pelaku UMKM di desa ini umumnya belum memanfaatkan pemasaran digital (e-commerce) secara optimal. Hambatan lainnya adalah minimnya literasi akuntansi, di mana pelaku usaha kerap mencampuradukkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha sehingga menyebabkan stagnansi pada pengembangan modal.

UMKM yang ingin bertahan dan berkembang secara berkelanjutan harus memiliki resiliensi bisnis dengan cara mengubah konsep dan model bisnisnya mengikuti tren perilaku konsumen. Saat ini segala macam aspek bisnis mikro dituntut untuk beradaptasi layaknya perusahaan modern. Keadaan ini menuntut strategi pertahanan dan pengembangan, salah satunya melalui analisis Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats (SWOT). Tren pemasaran di dunia juga telah beralih dari fase konvensional menuju digital marketing. Pemasaran digital tidak hanya berfungsi sebagai media periklanan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun ekosistem digital yang memfasilitasi transaksi tanpa batas ruang dan waktu.

Untuk mengatasi permasalahan yang ada di Desa Jatireja, diperlukan suatu pendekatan pemberdayaan yang holistik. Konsep Technosociopreneurship menjadi sangat relevan dalam hal ini, yang mencakup pemberdayaan sosial, pelatihan keterampilan berbasis potensi desa, penguatan kapasitas wirausaha lokal, dan integrasi operasional usaha dengan teknologi. Melalui pengabdian masyarakat Dosen STIE Dharma Agung Indonesia, inisiasi ini diwujudkan dengan tema "Pengembangan Jaringan Pengelolaan dan Pemasaran Produk Terpadu Berbasis Digital pada UMKM dan Komunitas Binaan Desa Jatireja Cikarang Timur". Harapannya, strategi dan intervensi yang diberikan dapat menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berdaya saing, mandiri, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di berbagai lokasi strategis di Desa Jatireja, Kecamatan Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi, selama satu bulan penuh mulai tanggal 22 Januari hingga 25 Februari 2026. Metode yang digunakan dirancang secara komprehensif dengan pendekatan interaktif dan partisipatif agar materi dapat diserap dengan baik oleh masyarakat. Berikut adalah tahapan metode kegiatan yang digunakan:

1. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan Masyarakat

Tahap awal bertujuan untuk memahami kondisi terkini produktivitas desa, memetakan potensi unggulan secara lebih spesifik, dan mengidentifikasi hambatan nyata yang dihadapi pelaku usaha. Pendekatan yang digunakan adalah:

- Metode Door-to-Door dan Observasi Lapangan: Tim melakukan blusukan mengunjungi langsung dapur-dapur produksi UMKM dan meninjau kolam-kolam tambak budidaya ikan nila. Hal ini dilakukan untuk melihat kondisi alat produksi, ketersediaan bahan baku, serta proses operasional sehari-hari.
- Wawancara dan Focus Group Discussion (FGD): Melaksanakan diskusi interaktif dengan aparatur desa, tokoh masyarakat, ibu-ibu PKK, serta pengelola UMKM guna menggali permasalahan mendasar terkait pemasaran, modal, dan tata kelola keuangan.

2. Pelatihan dan Pendampingan Peningkatan Kapasitas SDM

Berdasarkan hasil identifikasi, dirancanglah program intervensi berupa pelatihan dan pendampingan yang bertujuan meningkatkan kompetensi masyarakat dalam menciptakan inovasi, mengelola keuangan, dan menerapkan pemasaran digital. Tahapan ini mencakup:

- Workshop Bisnis dan Inovasi Produksi: Melatih ibu-ibu PKK dan perwakilan warga untuk meracik dan menciptakan produk baru yang low-cost namun berpotensi komersial tinggi, yaitu sabun cuci piring cair.
- Pelatihan E-Commerce dan Digital Marketing: Memberikan bimbingan teknis pembuatan akun penjual (seller) di marketplace Shopee. Proses ini meliputi edukasi pengambilan foto produk yang menarik, desain logo kemasan, dan penulisan deskripsi produk (copywriting).
- Mendampingi UMKM secara tatap muka (one-on-one) untuk mengajarkan prinsip pemisahan harta kekayaan (uang pribadi vs usaha), serta simulasi penyusunan laporan laba rugi sederhana bulanan.

3. Evaluasi dan Pengukuran Dampak Kegiatan

Tahap akhir bertujuan untuk menilai efektivitas program edukasi yang telah diimplementasikan terhadap produktivitas desa. Evaluasi dilakukan melalui:

- Monitoring berkala terhadap aktivitas toko daring di Shopee yang telah dibuat oleh UMKM mitra.
- Peninjauan tingkat kemandirian kelompok ibu-ibu PKK dalam memproduksi ulang sabun cuci piring.
- Penyusunan laporan akhir kegiatan yang diserahkan kepada BUMDes sebagai bentuk rekomendasi keberlanjutan program jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan seluruh program kerja utama yang dirancang oleh tim berhasil direalisasikan. Meskipun terdapat beberapa penyesuaian di lapangan akibat dinamika sosial masyarakat, antusiasme warga dan dukungan penuh dari aparat Desa Jatireja membuat seluruh tahapan program berjalan lancar. Hasil pengabdian dibagi menjadi beberapa pilar pembahasan berikut:

3.1 Identifikasi Permasalahan dan Potensi Desa

Melalui observasi intensif dan FGD, tim menemukan bahwa Desa Jatireja memiliki potensi luar biasa yang belum dikelola optimal. Terdapat tiga temuan potensi utama: (1) Budidaya ikan nila dengan masa panen relatif cepat (2-3 bulan) yang tersebar di 22 titik, (2) Kreativitas ibu-ibu PKK yang tinggi, dan (3) Eksistensi UMKM produk makanan dan kerajinan, seperti Hanaila Food (aneka keripik), Ilham Cake (kue dan roti), Makaroni AA, serta Annasya Florist (buket estetik dari limbah kulit jagung).

Namun, permasalahan utama yang teridentifikasi adalah stagnansi penjualan. Mayoritas pelaku usaha masih mengandalkan word-of-mouth di lingkungan rukun tetangga. Mereka ragu untuk melangkah ke pemasaran digital karena stigma bahwa teknologi itu sulit dan memerlukan modal besar. Selain itu, manajemen kemasan (packaging) dan merek (branding) belum menjadi prioritas.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Observasi dan Focus Group Discussion (FGD) bersama Warga dan Pelaku UMKM Desa Jatireja

3.2 Sosialisasi dan Pengembangan Pemasaran Komunitas Ikan Nila

Program pertama menyasar komunitas ketahananpangan budidaya ikan nila. Tim mengadakan sosialisasi secara maraton kepada Kelompok 1, Kelompok 7, dan Kelompok 22 yang mengelola tambak. Sosialisasi ini berfokus pada pentingnya membentuk jaringan distribusi pasca-panen yang terstruktur.

Materi yang disampaikan meliputi edukasi pemanfaatan media sosial berbasis komunitas (Facebook Groups dan WhatsApp Business) untuk menawarkan hasil panen ikan nila secara pre-order (PO). Dengan sistem ini, pengelola tambak dapat memastikan ikan yang dipanen langsung terserap oleh pembeli tanpa harus bergantung pada tengkulak dengan harga rendah. Sebagai wujud dukungan moril dan materil, tim juga menyerahkan donasi berupa 100 ekor bibit ikan nila unggul. Bantuan ini disambut dengan antusias dan meningkatkan optimisme pengelola komunitas.



*Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi Perluasan Jaringan Pemasaran dan
Penyerahan Bantuan Bibit Ikan Nila kepada Kelompok Tani*

3.3 Workshop Bisnis dan Inovasi Sabun Cuci Piring bersama PKK

Sebagai upaya pemberdayaan perempuan dan penciptaan embrio usaha baru, tim menyelenggarakan lokakarya (workshop) inovasi produk bersama 12 perwakilan ibu-ibu PKK dan humas perumahan setempat. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan ide bisnis rumahan berbiaya rendah (low-cost) yang sekaligus mampu menekan pengeluaran rumah tangga.

Peserta diajarkan cara meracik sabun cuci piring cair menggunakan bahan dasar seperti texapon, garam, ekstrak perasan lemon asli, air, dan pewangi (fragrance). Mahasiswa tidak hanya mengajarkan teknis kimiawinya, tetapi juga memberikan edukasi mengenai identitas produk. Kolaborasi ini sukses melahirkan produk percontohan bermerek "DADEJA SOAP" (akronim dari Damanesia dan Desa Jatireja). Produk sabun cair ini terbukti ramah lingkungan, wangi, dan efektif membersihkan noda minyak. Kesuksesan workshop ini memantik ketertarikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Jatireja yang merencanakan untuk menyerap hasil produksi ibu-ibu PKK ini ke dalam unit bisnis BUMDes untuk dipasarkan secara komersial.



ambar 3. Dokumentasi Praktik Langsung Workshop Pembuatan Sabun Cair "DADEJA SOAP" bersama Ibu-Ibu PKK

3.4 Peningkatan Nilai Merek (Desain Logo) dan Pelatihan E-Commerce

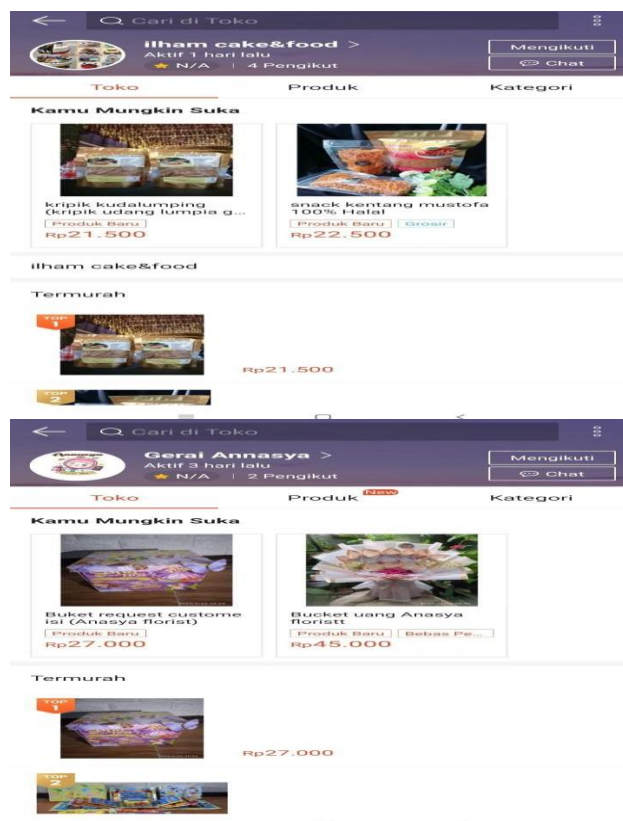
UMKM yang eksis di Desa Jatireja umumnya masih menjual produk dalam kemasan plastik bening sederhana tanpa identitas merek yang kuat. tim memberikan edukasi bahwa

penempatan logo yang tepat berfungsi untuk: (1) Meningkatkan daya tarik visual produk, (2) Membangun rekognisi merek di benak konsumen, (3) Memperkuat profesionalisme usaha, dan (4) Memudahkan promosi jangka panjang. tim membantu mendesain dan mencetak ulang logo stiker yang lebih modern dan menarik bagi beberapa produk UMKM unggulan.

Setelah kemasan diperbarui, langkah selanjutnya adalah digitalisasi. Tim mengadakan pendampingan pembukaan toko di e-commerce Shopee bagi Hanaila Food, Annasya Florist, dan Ilham Cake and Food. Pelatihan teknis ini dilakukan secara bertahap meliputi:

- Registrasi akun seller dan verifikasi identitas (KTP) untuk pengaktifan program Gratis Ongkir, yang merupakan daya tarik utama konsumen online.
- Pengunggahan foto produk (product photography) menggunakan latar belakang yang bersih dan pencahayaan yang cukup.
- Pembekalan teknik copywriting untuk merangkai kata dalam kolom deskripsi produk agar bersifat membujuk (persuasif) dan informatif.
- Manajemen pesanan, simulasi pencetakan resi pengiriman ekspedisi, serta tutorial penarikan dana penghasilan (withdraw) ke rekening pribadi.

Dengan adanya e-commerce, UMKM yang sebelumnya hanya berjualan di depan rumah kini memiliki etalase digital yang dapat diakses oleh jutaan pengguna internet.





*Gambar 4. Pelatihan Desain Logo Kemasan dan Praktik Pembuatan Etalase Toko Digital
(E-Commerce) di Aplikasi Shopee*

3.5 Pembinaan Literasi Keuangan (Akuntansi UMKM)

Permasalahan klasik yang membuat UMKM sulit berkembang adalah buruknya literasi keuangan. Pemilik usaha di Desa Jatireja kerap tidak menyadari apakah bisnisnya benar-benar menghasilkan laba atau sekadar perputaran uang semu. Hal ini disebabkan oleh kebiasaan mencampur kas usaha dengan dompet keperluan dapur (pribadi).

Tim mengambil peran penting dengan mengadakan pendampingan pencatatan pembukuan. UMKM diajarkan langkah-langkah praktis mulai dari pengumpulan nota/bukti transaksi, pemilahan antara kas masuk (pendapatan penjualan) dan kas keluar (pembelian bahan baku, kemasan, transportasi), hingga memindahbukukannya ke dalam buku besar sederhana. Di akhir tahap, UMKM dilatih menyusun Laporan Laba Rugi bulanan. Praktik ini memastikan UMKM memiliki rekam jejak finansial yang akuntabel. Melalui laporan laba rugi tersebut, pelaku usaha akhirnya bisa melihat secara riil besaran margin profit mereka,

yang kelak akan sangat berguna ketika mereka membutuhkan suntikan modal dari lembaga perbankan (kredit usaha).

3.6 Analisis Tantangan, Kolaborasi, dan Keberlanjutan

Meskipun intervensi program berjalan lancar, pengabdian ini juga menemukan beberapa tantangan kultural. Tantangan terbesar adalah resistensi terhadap perubahan. Generasi pelaku usaha yang lebih tua seringkali mengeluhkan kesulitan beradaptasi dengan smartphone dan aplikasi e-commerce. Solusi yang dilakukan tim adalah pendekatan emosional dan mentoring secara repetitif, serta memberdayakan anak atau kerabat pemilik UMKM untuk bertindak sebagai admin toko online.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan modal awal untuk mencetak kemasan dalam jumlah besar. Di sinilah letak pentingnya kolaborasi dan sinergitas institusional. Keterlibatan BUMDes dalam mewadahi produk "DADEJA SOAP" merupakan contoh ideal bagaimana ekosistem desa harus bekerja. Keberlanjutan program pemasaran digital ini menuntut pelaku UMKM untuk konsisten menerapkan strategi Marketing 5.0, yaitu bersikap adaptif, responsif terhadap pertanyaan konsumen di kolom chat, dan proaktif melakukan pembaruan (update) konten pemasaran di media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan dan hasil kegiatan tim di Desa Jatireja selama satu bulan, dapat ditarik beberapa kesimpulan pokok:

- Pendekatan identifikasi masalah yang bersifat door-to-door dan FGD sangat efektif untuk membongkar akar masalah (stagnansi pasar dan literasi keuangan) yang dihadapi oleh UMKM dan komunitas binaan.
- Edukasi dan pelatihan digital marketing, pembaharuan desain identitas merek (logo), dan adopsi e-commerce (Shopee) sukses membuka dimensi baru bagi pemasaran UMKM lokal (Hanaila Food, Annasya Florist, dll), yang mentransformasi cakupan pasar dari level rukun tetangga ke level regional/nasional.
- Pelatihan inovasi produk berbasis potensi lokal berhasil menumbuhkan semangat kewirausahaan baru, dibuktikan dengan lahirnya produk sabun cuci piring "DADEJA SOAP" oleh kader PKK yang berhasil menarik minat komersialisasi BUMDes Jatireja.

- Pembinaan literasi keuangan dengan prinsip dasar akuntansi (pemisahan uang dan penyusunan laporan laba rugi) berhasil meningkatkan akuntabilitas dan profesionalisme pelaku usaha dalam memonitor perkembangan bisnis mereka.
- Sinergitas yang kuat antara akademisi, aparat desa, dan elemen masyarakat adalah fondasi mutlak dalam membangun ekosistem Technosociopreneurship yang berkelanjutan di pedesaan.

SARAN

Guna meningkatkan dampak positif dan memastikan keberlanjutan program pengembangan produktivitas desa, direkomendasikan beberapa langkah ke depan:

- Pemerintah Desa dan BUMDes: Diharapkan dapat segera membuat legalitas dan skema kerja sama resmi terkait produksi massal "DADEJA SOAP", serta memberikan fasilitas berupa pinjaman modal lunak bagi UMKM potensial yang telah memiliki laporan keuangan yang sehat.
- Pelaku UMKM dan Komunitas Binaan: Perlu menjaga konsistensi dalam mengoperasikan toko digital, terus memperbarui foto produk di media sosial, dan tidak kembali pada kebiasaan lama mencampuradukkan keuangan pribadi dan usaha.
- Perguruan Tinggi (Pihak Kampus): Disarankan untuk mengintegrasikan program desa binaan berkelanjutan (multi-years), sehingga proses monitoring omzet penjualan UMKM pasca-KKN dapat terus dievaluasi melalui inkubator bisnis kampus.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., Anggriani, R., & Salmin. (2023). Strategi Perencanaan Pengembangan Pendistribusian UMKM Produk Air Mineral Kemasan. Eksyda Jurnal Studi Ekonomi Syariah, 14-26.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S. and Kotler, P. (2014). Principles Of Marketing. Pearson Australia.
- Awali, H., & Rohmah, F. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di Tengah Dampak COVID-19. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Balance, 2(1), 1-14.
- Budiyanto, A., & Effendy, A. A. (2020). Analisa Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan Terhadap Pemberdayaan Koperasi Dan UMKM Dan Dampaknya Terhadap

- Pemerataan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi, 4(1), 80-93.
- Ikhsan, R. F., Devi, A., & Kosim, A. M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Depok. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 3(1).
- Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, A., Leliya, dkk. (2019). Multivariate Data Analysis. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 6115(1).
- Paendong, S. G., Monoarfa, R., & Husain, S. P. (2024). Dampak Alokasi Dana Desa Pada Pemberdayaan Masyarakat Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Ilmu Sosial, 5, 3705.
- Putri Renanda, Z., Nasywa Az Zahra, M., Susi Waluyo, P., Ayu Indiaswari, R., & Rizqi Khoirudin, A. (2024). Mengoptimalkan Potensi Desa Payaman: Peran Program PPK Ormawa Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Technososiopreneur. Ejoin: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2, 1171-1178.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, 10(1), 9-14.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. CV. Alfabeta. Bandung.
- Tim Mahasiswa KKN Kelompok 4. (2025). Laporan Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Agung Indonesia Tahun 2025, Desa Jatireja. Kabupaten Bekasi: STIE Dharma Agung Indonesia.