SASANA
E-ISSN: 3163-8139
Sasana Masyarakat: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 1, Nomor 2, 2026
https://jurnal.unsijabanten.ac.id/index.php/sasana
Doi: https://doi.org/10.xxxxx/jao.xxxx

Pelatihan Literasi Digital dan Kesiapan Sumber Daya Manusia Pengrajin Anyaman Bambu Brand Vittaloka dalam Menghadapi Pasar E-Commerce di Desa Tegalmaja

Tri Suseno Aji[1], Andriyansah Setiawan[2], Feby Arma Putra[3], Didi[4], Fitri Maelani[5]
[12345]Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia
Email korespondensi: dosen03409@unpam.ac.id

ABSTRAK
Perkembangan perdagangan elektronik membuka peluang bagi usaha kerajinan lokal untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing produk. Namun, pemanfaatan peluang tersebut memerlukan literasi digital dan kesiapan sumber daya manusia yang memadai. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi digital dan kesiapan sumber daya manusia pengrajin anyaman bambu Brand Vittaloka di Desa Tegal Maja, Kecamatan Kragilan, Kabupaten Serang, Banten. Kegiatan dilaksanakan pada 8–9 Oktober 2026 dengan melibatkan 20 peserta. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan literasi digital, praktik pemasaran berbasis e-commerce, serta evaluasi dan pendampingan. Materi meliputi pengenalan e-commerce, fotografi produk, penyusunan deskripsi produk, pembuatan konten promosi, pengelolaan katalog, komunikasi pelanggan, dan keamanan transaksi digital. Evaluasi dirancang untuk menilai pengetahuan, keterampilan teknis, sikap adaptif, dan kesiapan operasional peserta. Program ini diharapkan dapat memperkuat kemampuan pengrajin dalam memanfaatkan kanal digital secara mandiri dan berkelanjutan. Pengukuran keberhasilan dilakukan berdasarkan hasil evaluasi dan dokumentasi pelaksanaan kegiatan.

Kata Kunci: Literasi Digital; Kesiapan SDM; Anyaman Bambu; E-Commerce; Pengabdian Kepada Masyarakat.

ABSTRACT
The development of electronic commerce provides opportunities for local handicraft businesses to expand their market reach and improve product competitiveness. However, taking advantage of these opportunities requires adequate digital literacy and human resource readiness. This community service program aims to improve digital literacy and human resource readiness among bamboo handicraft artisans of the Vittaloka brand in Tegal Maja Village, Kragilan District, Serang Regency, Banten, Indonesia. The program was conducted on October 8–9, 2026, involving 20 participants. A participatory approach was implemented through partner needs identification, digital literacy training, hands-on e-commerce marketing practice, evaluation, and mentoring. The training materials covered e-commerce fundamentals, product photography, product description writing, promotional content creation, catalog management, customer communication, and digital transaction security. Evaluation was designed to assess participants' knowledge, technical skills, adaptability, and operational readiness. The program is expected to strengthen artisans' ability to use digital marketing channels independently and sustainably. Program effectiveness should be assessed using documented evaluation results and implementation evidence.

Keywords: *digital literacy; human resource readiness; bamboo handicrafts; e-commerce; community service.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan dalam kegiatan pemasaran, distribusi, dan interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen. Perdagangan elektronik atau *e-commerce* memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas tanpa sepenuhnya bergantung pada penjualan secara langsung. Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi salah satu strategi untuk memperkenalkan produk, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan akses terhadap konsumen (Fitriah and Ayuda 2025; Rahayu and Day 2017; Ritoh et al. 2026; Setiawan, Aji, and Yusuf 2026) menjelaskan bahwa adopsi e-commerce pada UMKM di Indonesia berkaitan dengan sejumlah faktor yang memengaruhi kemampuan usaha dalam memanfaatkan teknologi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan e-commerce memerlukan kesiapan organisasi dan kemampuan pelaku usaha, bukan hanya ketersediaan perangkat digital (Fitriah et al. 2025; Setiawan and Wibowo 2025).

Kondisi tersebut relevan dengan pengembangan kerajinan anyaman bambu Brand Vittaloka di Desa Tegal Maja, Kecamatan Kragilan, Kabupaten Serang, Banten. Kerajinan anyaman bambu merupakan produk berbasis keterampilan lokal yang memiliki nilai fungsional dan estetika. Pengembangan produk mencakup tas anyaman, wadah atau wakul, tempat tisu, suvenir, dan produk kreatif lainnya. Kegiatan kerajinan di wilayah ini juga berkaitan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya perempuan dan ibu rumah tangga, serta pemanfaatan keterampilan menganyam yang diwariskan secara turun-temurun (Fitriah et al. 2025; Gulo and Fitriah 2026; Kamaludin, Mardiana, and Setiawan 2026; Utami, Widiati, and Ananda 2025).

Pengembangan kerajinan lokal di Tegal Maja memperoleh perhatian melalui pembinaan masyarakat oleh PT Indah Kiat Pulp & Paper Serang Mill. Mengenai Tegalmaja Bambu Collection menggambarkan upaya pengembangan kerajinan dan pemberdayaan masyarakat. Potensi tersebut dapat diperkuat melalui pemasaran digital agar produk kerajinan memiliki peluang untuk menjangkau konsumen di luar pasar konvensional. Meskipun demikian, pemasaran digital membutuhkan kemampuan yang beragam. Pelaku usaha harus mampu menghasilkan foto produk yang menarik, menyusun deskripsi yang informatif, memberikan informasi harga secara tepat, mengelola katalog, merespons pertanyaan pelanggan, dan mencatat pesanan. Produk kerajinan juga memerlukan penyajian visual yang mampu memperlihatkan tekstur, pola anyaman, ukuran, dan keunikan produk (Fitriah et al. 2026; Hayati, Lilis Nur, Indra, Dolly, and Djamereng 2025).

Literasi digital menjadi salah satu kompetensi dasar untuk mendukung kebutuhan tersebut. Literasi digital tidak terbatas pada kemampuan mengoperasikan perangkat, tetapi juga mencakup kemampuan mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara bertanggung jawab. Pelatihan literasi digital yang dikaitkan dengan pemasaran daring dapat membantu pelaku UMKM memahami penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnis. Kajian (Fitriah and Ichwanudin 2020; Prakoso and Fitriah 2025; Rinaldi et al. 2022) mengenai pelatihan pemasaran digital dan e-commerce pada UMKM serta penelitian (Wijana 2024) mengenai pelatihan literasi

digital memberikan konteks bagi pengembangan kegiatan pelatihan yang berorientasi pada kebutuhan praktis pelaku usaha.

Selain literasi digital, kesiapan sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor penting dalam penerapan teknologi secara berkelanjutan. Kesiapan SDM mencakup pengetahuan, keterampilan teknis, sikap adaptif, dan kemampuan mengintegrasikan teknologi ke dalam proses operasional. Tanpa pembagian tugas dan pengelolaan pesanan yang memadai, pemasaran digital berpotensi tidak berjalan secara konsisten meskipun pelaku usaha telah memiliki akun media sosial atau marketplace. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi digital dan kesiapan SDM pengrajin anyaman bambu Brand Vittaloka di Desa Tegal Maja dalam menghadapi pasar e-commerce. Kegiatan difokuskan pada pengenalan perdagangan digital, pengembangan konten produk, pengelolaan kanal pemasaran, komunikasi pelanggan, serta penguatan kesiapan operasional. Kontribusi program terletak pada pengintegrasian pelatihan keterampilan digital dengan penilaian kesiapan SDM dalam konteks usaha kerajinan berbasis potensi lokal.

METODE PELAKSANAAN

1. Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 8–9 Oktober 2026 di Desa Tegal Maja, Kecamatan Kragilan, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Sasaran kegiatan adalah pengrajin anyaman bambu Brand Vittaloka dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang. Peserta merupakan bagian dari kelompok usaha kerajinan yang membutuhkan penguatan kompetensi dalam pemasaran digital dan pengelolaan kegiatan usaha. Pemilihan sasaran didasarkan pada potensi kerajinan anyaman bambu sebagai produk ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan melalui pemasaran daring. Program diarahkan untuk membantu peserta memahami peluang e-commerce dan meningkatkan keterampilan yang diperlukan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen melalui kanal digital.

2. Pendekatan dan Tahapan Pelaksanaan

Program menggunakan pendekatan partisipatif melalui identifikasi kebutuhan mitra, penyampaian materi, praktik langsung, evaluasi, dan pendampingan. Pendekatan ini digunakan agar materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan pengrajin dan dapat diterapkan dalam aktivitas usaha. Tahap awal dilakukan melalui identifikasi kebutuhan mitra untuk memahami penggunaan perangkat digital, pengalaman promosi melalui media sosial, pengelolaan informasi produk, dan kebutuhan pengembangan pemasaran. Informasi tersebut digunakan untuk menentukan materi dan bentuk praktik yang relevan. Tahap berikutnya adalah pelatihan literasi digital. Materi mencakup pengenalan e-commerce, penguatan identitas merek, fotografi produk menggunakan telepon pintar, penyusunan deskripsi produk, pembuatan konten promosi, komunikasi pelanggan, dan keamanan transaksi digital. Penyampaian materi dilakukan melalui penjelasan, diskusi, demonstrasi, dan contoh penerapan pada produk kerajinan.

Pelatihan kemudian dilanjutkan dengan praktik pemasaran digital. Peserta diarahkan untuk menyusun katalog produk yang mencakup nama, foto, bahan, ukuran, fungsi, harga, dan ketersediaan produk. Praktik juga meliputi simulasi komunikasi dengan calon pelanggan, pencatatan pesanan, serta pengelolaan informasi stok. Penggunaan marketplace atau media sosial disesuaikan dengan kebutuhan dan kesiapan mitra. Tahap akhir berupa evaluasi dan penyusunan rencana tindak lanjut. Evaluasi diarahkan untuk menilai pemahaman peserta, keterampilan praktik, dan kesiapan mengintegrasikan pemasaran digital ke dalam kegiatan usaha. Rencana tindak lanjut dapat mencakup pembagian tugas pengelolaan kanal digital, pembaruan katalog, penjadwalan konten, serta pencatatan stok dan pesanan.

3. Instrumen dan Teknik Evaluasi

Evaluasi menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran kuantitatif dapat dilakukan melalui tes awal dan tes akhir, sedangkan penilaian kualitatif dilakukan melalui observasi praktik dan wawancara. Pengukuran membandingkan kemampuan peserta sebelum dan setelah pelatihan apabila data kedua pengukuran tersedia. Peningkatan nilai rata-rata dihitung dengan mengurangi nilai rata-rata tes awal dari nilai rata-rata tes akhir. Persentase perubahan dihitung dengan membagi selisih nilai rata-rata tes akhir dan tes awal dengan nilai rata-rata tes awal, kemudian dikalikan 100%. Perhitungan persentase hanya dilakukan jika nilai rata-rata tes awal lebih besar dari nol. Kesiapan SDM dianalisis melalui empat dimensi, yaitu pengetahuan digital, keterampilan teknis, sikap adaptif, dan kesiapan operasional. Pengetahuan digital mencakup pemahaman mengenai e-commerce, sedangkan keterampilan teknis mencakup kemampuan membuat konten dan menyusun katalog. Sikap adaptif dinilai berdasarkan kemauan mempelajari teknologi, sementara kesiapan operasional berkaitan dengan pengelolaan stok, pembagian tugas, dan pencatatan pesanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan dan Kondisi Mitra

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 8–9 Oktober 2026 dengan melibatkan 20 peserta pengrajin anyaman bambu Brand Vittaloka di Desa Tegal Maja, Kecamatan Kragilan, Kabupaten Serang, Banten. Program difokuskan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk kerajinan. Pemilihan materi mempertimbangkan karakteristik produk anyaman bambu yang membutuhkan visualisasi menarik, informasi produk yang akurat, serta pengelolaan pesanan yang terorganisasi.

Produk kerajinan berupa tas anyaman, wadah, tempat tisu, dan suvenir memiliki peluang untuk dipasarkan melalui kanal digital. Namun, pemanfaatan peluang tersebut perlu didukung keterampilan dalam pembuatan konten, penyusunan katalog, komunikasi pelanggan, dan pengelolaan transaksi. Oleh karena itu, kegiatan tidak hanya menitikberatkan pada pengenalan teknologi, tetapi juga pada penerapannya dalam proses pemasaran dan operasional usaha.

Gambar 1. Produk Anyaman Bambu Brand Vittaloka



2. Pelatihan Literasi Digital

Pelatihan literasi digital mencakup pengenalan e-commerce, fotografi produk, penulisan deskripsi, penguatan identitas merek, serta keamanan transaksi digital. Peserta diarahkan untuk menyusun informasi produk yang mencakup bahan, ukuran, fungsi, harga, dan ketersediaan stok. Materi tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pemasaran kerajinan agar calon konsumen memperoleh informasi yang jelas sebelum melakukan pembelian. Praktik pembuatan konten menekankan kualitas foto, konsistensi identitas Brand Vittaloka, dan ketepatan informasi produk. Peserta juga memperoleh pemahaman mengenai perlindungan akun, kerahasiaan kata sandi, dan verifikasi transaksi. Dengan demikian, literasi digital diposisikan sebagai kombinasi kemampuan teknis dan pemahaman penggunaan teknologi secara aman. Pendekatan ini sejalan dengan (Rahayu, Achmar, and Agussalim 2025), (Hayati, Lilis Nur et al. 2025; Rinaldi et al. 2022; Wijana 2024) yang mengkaji adopsi e-commerce pada UMKM di Indonesia.

3. Praktik Pemasaran Berbasis E-Commerce

Praktik pemasaran dilakukan melalui penyusunan katalog dan konten promosi produk anyaman bambu. Informasi yang disajikan mencakup nama produk, foto, bahan, ukuran, fungsi, harga, dan stok. Peserta juga diperkenalkan pada pentingnya pencatatan pesanan, konfirmasi transaksi, pengemasan, dan penyesuaian waktu pengerjaan dengan kapasitas produksi. Penerapan keterampilan tersebut diharapkan membantu pengrajin menyajikan produk secara lebih profesional sekaligus mengurangi risiko ketidaksesuaian informasi. Katalog yang lengkap dapat mendukung konsumen dalam memahami karakteristik produk, sedangkan pencatatan pesanan membantu menjaga koordinasi antara kegiatan pemasaran dan produksi. Keberhasilan praktik perlu dinilai berdasarkan hasil yang dapat diamati, seperti jumlah produk yang berhasil didokumentasikan, kualitas

deskripsi yang disusun, dan kemampuan peserta melakukan simulasi transaksi. Aktivasi toko digital dan peningkatan penjualan hanya dapat dinyatakan sebagai capaian apabila didukung dokumentasi dan data yang relevan.

4. Evaluasi Literasi Digital dan Kesiapan SDM

Evaluasi dilakukan untuk menilai perubahan pemahaman peserta pada tiga indikator, yaitu pemahaman e-commerce, pembuatan konten produk, dan keamanan transaksi digital. Tabel 1 menyajikan simulasi hasil evaluasi dengan peningkatan rata-rata sebesar 11,20%. Angka ini harus diganti atau dikonfirmasi menggunakan hasil tes aktual dari 20 peserta sebelum artikel dipublikasikan.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Literasi Digital Peserta

Indikator	Tes awal	Tes akhir
Pemahaman e-commerce	68,00	76,16
Pembuatan konten produk	72,00	79,20
Keamanan transaksi digital	70,00	78,12
Rata-rata keseluruhan	70,00	77,83

Sumber: Simulasi pengolahan data evaluasi PKM, 2026.

Berdasarkan simulasi tersebut, nilai rata-rata meningkat dari 70,00 menjadi 77,83. Peningkatan relatif rata-rata dihitung berdasarkan nilai sebelum pembulatan dan mencapai sekitar 11,20%. Indikator pemahaman e-commerce menunjukkan kenaikan relatif tertinggi, yaitu 12,00%, sedangkan pembuatan konten produk menunjukkan kenaikan 10,00%. Hasil ini menggambarkan cara penyajian perubahan pada setiap indikator, bukan bukti empiris hasil pelaksanaan. Apabila dikonfirmasi melalui tes awal dan tes akhir yang benar-benar dilaksanakan, peningkatan nilai dapat menunjukkan perubahan pengetahuan setelah pelatihan. Interpretasi perlu mempertimbangkan instrumen, kehadiran peserta, dan kesesuaian materi dengan indikator pengukuran. Observasi praktik juga diperlukan karena peningkatan pengetahuan tidak selalu sejalan dengan kemampuan menggunakan teknologi secara mandiri.

Kesiapan SDM selanjutnya perlu dinilai melalui pengetahuan digital, keterampilan teknis, sikap adaptif, dan kesiapan operasional. Pengetahuan e-commerce perlu diikuti kemampuan menyusun konten, mengelola katalog, memperbarui stok, serta mencatat pesanan. Pendekatan ini memberikan gambaran lebih menyeluruh dibandingkan penilaian yang hanya didasarkan pada tes pengetahuan. Dalam konteks Brand Vittaloka, kedua perspektif tersebut menunjukkan perlunya menghubungkan pelatihan dengan penerapan keterampilan dan pengelolaan kegiatan usaha. Dampak terhadap penjualan atau pendapatan tetap memerlukan pengukuran tersendiri melalui data transaksi sebelum dan sesudah program.

5. Keberlanjutan Program dan Pemberdayaan Pengrajin

Keberlanjutan program memerlukan penerapan keterampilan digital secara konsisten setelah pelatihan selesai. Mitra dapat mengembangkan pembagian tugas pengelolaan kanal pemasaran, penjadwalan konten, pembaruan katalog, pencatatan stok, dan pemantauan komunikasi pelanggan. Pembagian tugas perlu disesuaikan dengan jumlah tenaga kerja dan kapasitas produksi agar kegiatan pemasaran tidak menghambat proses pembuatan kerajinan. Bagi kelompok pengrajin yang melibatkan perempuan dan ibu rumah tangga, penguatan keterampilan digital berpotensi memperluas keterlibatan dalam promosi dan pengelolaan usaha. Potensi tersebut perlu didukung akses terhadap perangkat, kesempatan praktik, serta pendampingan berkelanjutan. Pemantauan program dapat dilakukan melalui indikator yang terukur, seperti jumlah produk yang terdokumentasi, frekuensi pembaruan katalog, waktu respons pelanggan, dan ketepatan pencatatan pesanan. Evaluasi lanjutan menggunakan indikator tersebut dapat membantu mengetahui sejauh mana keterampilan pelatihan diterapkan dalam kegiatan usaha. Apabila tersedia data penjualan yang sebanding, dampak ekonomi program dapat dianalisis secara terpisah dari hasil langsung berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan.

KESIMPULAN

Pelatihan literasi digital bagi 20 pengrajin anyaman bambu Brand Vittaloka di Desa Tegal Maja, Kabupaten Serang, pada 8–9 Oktober 2026 difokuskan pada penguatan keterampilan pemasaran digital, meliputi pembuatan konten produk, pengelolaan katalog, penggunaan e-commerce, dan keamanan transaksi. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesiapan sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas pemasaran produk kerajinan. Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan dan penerapan keterampilan secara konsisten. Efektivitas pelatihan serta dampaknya terhadap kinerja usaha perlu dikonfirmasi melalui hasil evaluasi peserta dan data penjualan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang, pengelola Brand Vittaloka, serta para pengrajin di Desa Tegal Maja atas dukungan dan partisipasinya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak yang berkontribusi dalam mendukung kelancaran kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Fitriah, and Khalifah Damalin Ayuda. 2025. "Membangun Literasi Keuangan Syariah Di Era Ekonomi Digital Melalui Edukasi Statistika Dasar Dan Asuransi Syariah." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 5(4):6797–6803.

Fitriah, Restu Fauzi, Farid H. Putra, Tri Suseno Aji, and Andriyansah Setiawan. 2025. "Strategi Manajemen Keuangan Berbasis Literasi Dan Inklusi Keuangan Untuk

Mengurangi Risiko Finansial." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 6(4):6774–82.

Fitriah, Yanto Nius Gulo, Aiman, and Alya Ramadhani. 2026. "Pengaruh Pendapatan , Gaya Hidup Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Menabung." *Jurnal Kolaborasi Sains Dan Ilmu Terapan* 5(1):432–42.

Fitriah, and Wawan Ichwanudin. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inklusi Keuangan Pendahuluan." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)* 4(2):94–108. http://dx.doi.org/10.48181/jrbmt.v4i2.10332.

Gulo, Yanto Nius, and Fitriah Fitriah. 2026. *Manajemen Keuangan: Pendekatan Analitis Dan Pengambilan Keputusan Modern*. Jawara Kreasinografi.

Hayati, Lilis Nur, Indra, Dolly, and Asdar Djamereng. 2025. "Pemberdayaan Pengrajin Kana Tojeng Melalui Pemasaran E-Commerce Produk Anyaman Serat Lontara Songko Guru Desa Bontokassi." *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)* 10(2):257–65.

Kamaludin, Kamaludin, Mardiana Mardiana, and Andriyansah Setiawan. 2026. *Manajemen Sumber Daya Manusia Internasional: Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Konteks Global*. Jawara Kreasinografi.

Prakoso, Riski Wisnu, and Fitriah. 2025. "Pemanfaatan Chatgpt Sebagai Artificial Financial Mentor Dalam Meningkatkan Motivasi Finansial Dan Disiplin Keuangan Generasi Z." *JOCE IP* 11(2):110–20.

Rahayu, Asmi, Nur Achriaty Achmar, and Muh Agussalim. 2025. "Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Standar Akuntansi Entitas Mikro Kecil Dan Menengah Pada Umkm Desa Binaan." *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNIPOL (Abdimas Unipol)* 4(1):65–70.

Rahayu, Rita, and John Day. 2017. "E-Commerce Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidence from Indonesia." *Eurasian Business Review* 7(1):25–41. doi:10.1007/s40821-016-0044-6.

Rinaldi, Ade Rizki, Agus Bahtiar, Aziz Chairul Imam, and Bima Anurgraha Djajnegara. 2022. "Peningkatan Literasi Digital UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran Digital Dan E-Commerce Di Kota Cirebon." *AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(3):197–201. https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/5230.

Ritoh, Riska Fajrina, Anisa Fitriah, Husnawati Amelia Hasan, and Fitriah. 2026. "Penerapan Pembukuan Digital Menggunakan Microsoft Excel Untuk Meningkatkan Efisiensi Pengelolaan Keuangan UMKM Di Desa Lempuyang Tanara." *Aksi Kita Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(3):1063–72.

Setiawan, Andriyansah, Tri Suseno Aji, and Muhammad Yusuf. 2026. "Penguatan Pengelolaan Sumber Daya Manusia Yang Berlandaskan Kearifan Lokal Di Masyarakat Baduy Untuk Meningkatkan Usaha Kerajinan Tradisional Di Desa Kanekes." *Kesejahteraan Bersama: Jurnal Pengabdian Dan Keberlanjutan*

Masyarakat 3(2):154–63.

Setiawan, Andriyansah, and Cokorda Agung Wibowo. 2025. "Pengaruh Pelatihan Motivasi Prestasi (Achievement Motivating Training) Terhadap Kinerja Karyawan Di PT PLN (PERSERO) Distribusi Jakarta Raya Dan Tangerang." *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Manajemen Nusantara (JEAMA)* 4(2):178–85.

Utami, Annisa Retno, Euis Widiati, and Ratulia Nazwa Ananda. 2025. "STRENGTHENING THE CAPACITY OF MSMEs THROUGH PRODUCT PHOTOGRAPHY AND VISUAL CONTENT TRAINING AS A DIGITAL MARKETING STRATEGY." *Iccd* 7(1):154–60. doi:10.33068/iccd.v7i1.854.

Wijana, Miki. 2024. "Literacy Training for the MSME Community in Citaman Village in Using Information Technology Pelatihan Literasi Digital Pada Masyarakat Pelaku UMKM Di Desa Citaman Dalam Manggunakan Teknologi Informasi." *Institute of Research and Publication Indonesia CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement* 4(1):69–78.