

Penguatan Bisnis Digital Berbasis Ekonomi Hijau bagi Pengembangan UMKM Desa Suka Indah Kabupaten Serang

Bambang Arianto¹, Rani²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwimulya, Banten

ariantobambang2020@gmail.com¹

Article Info

Volume 2 Issue 3
September 2024

Article History

Submission: 29-08-2024

Revised: 21-09-2024

Accepted: 24-09-2024

Published: 28-09-2024

Keywords:

Digital business,

Green Economy,

Social Media,

MSMEs,

Rural

Kata Kunci:

Bisnis digital,

Ekonomi Hijau,

Media Sosial,

UMKM,

Perdesaan



Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

The purpose of community service is to encourage micro, small, and medium enterprises in Suka Indah Village to adapt to digital business and the concept of a green economy. The digitalization era requires MSME activists to be able to transform with various digital means and also actively pay attention to aspects of the green economy so that MSME activists can be environmentally friendly. In community service in Suka Indah Village, Baros, Serang Regency, which was held on 12th August 2024, assistance was provided in creating digital business tools, such as social media and e-commerce accounts, and how to operate them. The implementation method includes training and assistance. In the training, various knowledge of digital business techniques and green economy concepts was provided for the development of MSME businesses in rural areas. The success of this activity can be seen from the increasing knowledge and understanding of MSME activists in Suka Indah Village about the use of digital business through social media. MSME activists in Suka Indah Village are also able to operate businesses based on the green economy concept.

Abstrak

Tujuan pengabdian adalah untuk mendorong Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desa Suka Indah beradaptasi dengan bisnis digital dan konsep ekonomi hijau. Era digitalisasi membuat pegiat UMKM harus bisa bertransformasi dengan berbagai sarana digital dan juga aktif memperhatikan aspek ekonomi hijau agar para pegiat UMKM dapat ramah lingkungan. Dalam pengabdian masyarakat di Desa Suka Indah, Baros Kabupaten Serang yang dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2024, telah diberikan pendampingan pembuatan perangkat bisnis digital, seperti media sosial, akun *e-commerce* hingga cara mengoperasikannya. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan dan pendampingan. Dalam pelatihan diberikan berbagai pengetahuan teknik bisnis digital dan konsep ekonomi hijau bagi pengembangan bisnis UMKM di wilayah perdesaan. Keberhasilan dari kegiatan ini tampak dari meningkatnya pengetahuan dan pemahaman para pegiat UMKM di Desa Suka Indah tentang pemanfaatan bisnis digital melalui media sosial. Para pegiat UMKM Desa Suka Indah juga mampu mengoperasikan bisnis berbasis konsep ekonomi hijau.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penopang perekonomian Indonesia. Peran UMKM sangat berkontribusi dalam perekonomian nasional karena memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Hal itu bisa dilacak dari kontribusi UMKM dalam menciptakan peluang kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Aliyah, 2022). Dengan demikian sektor UMKM menjadi aktivitas ekonomi yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Hal itu disebabkan sektor UMKM sangat fleksibel dan mudah beradaptasi terhadap perubahan pasar. Kendati demikian, sektor UMKM juga masih menghadapi berbagai tantangan,

seperti keterbatasan modal, akses teknologi, pemasaran hingga kurangnya pengetahuan manajemen usaha. Berbagai kendala tersebut banyak yang belum teratasi oleh pegiat UMKM. Dampaknya banyak UMKM yang kemudian kalah bersaing dengan para kompetitor meskipun memiliki keunggulan tersendiri dari produk dan jasanya.

Dengan demikian, diperlukan strategi pengembangan manajemen bisnis UMKM yang berkelanjutan dan berbasis digital. Terlebih era digital membuat pegiat UMKM harus bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi. Para pegiat UMKM harus bisa memanfaatkan kemajuan teknologi informasi agar bisa menopang perkembangan bisnis. Salah satu kemajuan teknologi informasi yang harus segera diadaptasi adalah perkembangan bisnis digital dan kehadiran media sosial (Indrajaya et al., 2022). Dengan kata lain media sosial dan *e-commerce* bisa menjadi tumpuan para pegiat UMKM dalam pengembangan bisnis (Siti Nurhayati et al., 2024). Dari sisi pemasaran, kehadiran berbagai platform media sosial bisa menjadi saluran utama pemasaran digital dan komunikasi bisa kepada para konsumen maupun pelanggan. Bila ditelisik pemanfaatan media sosial untuk pengembangan bisnis digital sangat efektif dan efisien. Hal itu dikarenakan besarnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia terutama bagi generasi milenial dan generasi Z. Bagi generasi milenial media sosial menjadi saluran utama untuk komunikasi, informasi, interaksi dan partisipasi digital. Hal itu yang membuat media sosial digunakan untuk berbagai kepentingan. Mulai untuk eksistensi diri dengan mempublikasikan segala informasi pribadi, hingga untuk aktivitas keseharian.

Media sosial juga digunakan oleh berbagai entitas, baik entitas bisnis maupun publik, sebagai saluran utama komunikasi dan pemasaran digital. Bagi entitas bisnis, media sosial menjadi saluran terpenting dalam pengembangan bisnis dari sisi pemasaran digital dan komunikasi bisnis digital (Arianto, 2023). Hal itu karena, media sosial dapat dipergunakan untuk menginformasikan segala bentuk informasi tentang produk dan jasa yang kemudian bisa ditawarkan kepada para konsumen. Banyak cerita sukses tentang keberhasilan UMKM dalam meningkatkan pendapatan dan omzet penjualan berbasis media sosial (Halimah et al., 2023). Terlebih media sosial sangat bagus dipergunakan untuk memperkenalkan setiap konten yang berasal dari produk UMKM dengan disertai informasi lengkap. Hal ini tentu dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi konsumen dalam proses jual beli suatu produk. Para pegiat UMKM dapat banyak meraih kebermanfaatan dengan memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran digital karena pemasaran media sosial lebih efisien dan tidak perlu mengeluarkan banyak biaya iklan. Dengan catatan para pegiat UMKM harus bisa memperbaiki tata kelola media sosial, sehingga bisa mendapatkan berbagai kebermanfaatan dari aktivitas tersebut. Tata kelola media sosial menjadi indikator terpenting bagi UMKM perdesaan untuk bisa bersaing dalam ranah digital (Arianto & Handayani, 2023).

Sementara perkembangan UMKM Desa Suka Indah cukup signifikan yang ditandai dengan kemunculan beragam unit usaha. Beragam UMKM Desa Suka Indah ini berasal dari berbagai jenis sektor baik dagang dan jasa. Beberapa UMKM justru menampilkan berbagai produk unggulan desa seperti kuliner, agribisnis dan produk asli daerah lainnya. Kendati demikian, dalam pengembangan bisnis para pegiat UMKM hanya bisa menjual beragam produk dan jasa hanya di wilayah perdesaan. Dampaknya siklus penjualan bagi pegiat UMKM Desa Suka Indah tidak begitu signifikan karena daya beli kewargaan desa tidak begitu besar. Beberapa produk unggulan desa seperti tanaman jamur dan kuliner khas Desa Suka Indah harus dijual kepada perantara agar bisa mendapatkan pembeli. Dengan demikian, para warga Desa Suka Indah yang aktif di

UMKM hanya sebagai produksi produk dan belum mampu membuat skema pemasaran yang bisa dikenal luas di luar Desa Suka Indah. Terlebih lagi banyak pegiat UMKM Desa Suka Indah belum mampu mengoperasikan digitalisasi seperti media sosial maupun *e-commerce* dengan baik. Hal itu disebabkan minimnya literasi digital dan kompetensi para pegiat UMKM dalam memanfaatkan sarana digitalisasi untuk pengembangan bisnis. Selain itu, pegiat UMKM Desa Suka Indah belum mampu memproduksi produk kuliner yang bisa ramah lingkungan. Mayoritas pegiat UMKM selalu membuat limbah produk makanan di wilayah perdesaan tanpa lagi memperhatikan dampak yang diciptakan. Pegiat UMKM juga belum mampu menerapkan konsep ekonomi hijau yang lebih menekankan konsep daur ulang dalam memproduksi produk UMKM (Nuzula et al., 2024). Dampak dari minimnya pengetahuan dalam digitalisasi dan ekonomi membuat manajemen usaha bagi pegiat UMKM belum berjalan dengan baik, sehingga omzet penjualan tidak begitu signifikan. Pegiat UMKM juga belum mampu untuk memanfaatkan konsep ekonomi hijau untuk mengedepankan aspek efisiensi dan ramah lingkungan. Bila kemudian pegiat UMKM Desa Suka Indah mampu memanfaatkan digitalisasi dengan baik terutama media sosial dan konsep ekonomi, maka bisa diyakini akan meningkatkan omzet penjualan dan keuntungan dari penerapan ekonomi hijau.

Diketahui beberapa program pengabdian masyarakat fokus pada pengembangan bisnis digital bagi UMKM juga telah banyak dilakukan terutama berbasis media sosial (Rahmiyanti et al., 2023; Sudarmanto et al., 2024). Hal itu tampak dari beberapa pendampingan telah dilakukan seperti untuk UMKM dengan fokus pada pemasaran digital (Wasan & Sariningsih, 2021). Beberapa pelatihan dan pendampingan juga lebih menasar pada peningkatan aspek pemasaran berbasis digital (Chusniyah & Fauza, 2022). Kendati demikian ada pula pengembangan model bisnis melalui optimalisasi Media Sosial (Chairina et al., 2022). Meski demikian beberapa pengabdian Masyarakat tersebut masih menjelaskan pengembangan bisnis UMKM dengan pemanfaatan media sosial dan bisnis digital. Akan tetapi dari beberapa pengabdian tersebut belum ada yang spesifik membahas pengembangan bisnis digital UMKM berbasis ekonomi hijau, akan tetapi masih sebatas studi terkait literasi ekonomi hijau. Dengan demikian pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melatih para pegiat UMKM Desa Suka Indah untuk bisa memanfaatkan bisnis digital dan penerapan ekonomi hijau dalam pengembangan bisnis UMKM.

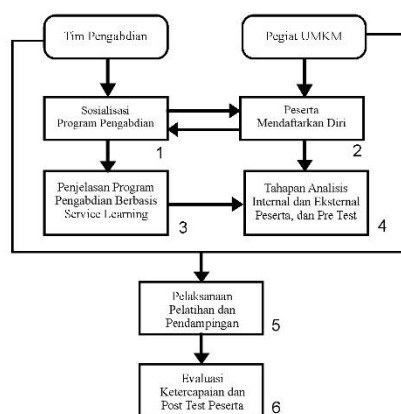
2. METODE

Program kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan kunjungan ilmiah kepada para perangkat Desa Suka Indah dan perangkat Kecamatan Baros Kabupaten Serang, Banten. Kunjungan ilmiah tersebut bertujuan untuk mengenali secara komprehensif berbagai permasalahan mendasar yang dihadapi oleh para pegiat UMKM di Desa Suka Indah, Baros, Kabupaten Serang. Dalam kunjungan ilmiah ini para panitia pengabdian bertemu dengan Bapak H. Misad, S.Sos selaku kepala Desa Suka Indah dan perangkat desa lainnya. Dalam pertemuan ini Kepala Desa Suka Indah memaparkan kondisi terkini terkait perkembangan UMKM Desa Suka Indah. Perlu diketahui bahwa Desa Suka Indah merupakan salah satu desa yang dikategorikan desa berkembang di Kecamatan Baros, Kabupaten Serang. Desa Suka Indah memiliki luas wilayah 178,05 hektar, dengan jumlah penduduk 5.074 jiwa yang terdiri dari 2.422 laki-laki dan Perempuan sebanyak 2.652 jiwa. Desa Suka juga dikenal memiliki beragam potensi pertanian dan pangan lokal karena mayoritas penduduk memiliki mata pencaharian sebagai petani. Dengan kata lain Desa Purwadadi memiliki banyak potensi desa yang bisa dikembangkan menjadi produk unggulan. Dari kunjungan ilmiah ini diketahui bahwa para pegiat UMKM Desa Suka

Indah belum memiliki kompetensi yang memadai dalam pengembangan bisnis terutama dari aspek bisnis digital, pemasaran dan manajemen bisnis. Dampaknya produk yang diciptakan oleh para pegiat UMKM masih belum bisa menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Hal itu disebabkan minimnya media promosi dan pemasaran yang digunakan oleh para pegiat UMKM. Selain itu para pegiat UMKM masih kesulitan untuk membangun komunikasi bisnis secara berkelanjutan dengan para pelanggan dan calon konsumen. Dampaknya produk UMKM belum bisa dikenal luas oleh masyarakat di luar Desa Suka Indah.

Oleh karena itu dalam diskusi dengan para perangkat pemerintahan Desa Suka Indah diketahui bahwa permasalahan utama masyarakat desa adalah minimnya pengetahuan dan kompetensi dalam pengembangan bisnis UMKM berbasis digitalisasi. Merujuk dari diskusi tersebut akhirnya pemerintah Desa Suka Indah meminta untuk digelar pelatihan dan pendampingan tentang pembuatan perangkat bisnis digital, dari media sosial hingga *e-commerce* (Amellia & Pujiyanto, 2023). Selain itu pemerintahan Desa juga meminta diberikan pemahaman tentang bisnis digital berbasis ekonomi hijau. Berbagai pengetahuan tentang bisnis digital berbasis ekonomi hijau diharapkan dapat berkontribusi bagi pengembangan UMKM di Desa Suka Indah, mengingat banyaknya potensi desa yang tidak dikenal oleh publik. Pada akhirnya, para perangkat Desa Suka Indah Kecamatan Baros meminta agar diberikan pendampingan secara berkelanjutan tentang bisnis digital berbasis ekonomi hijau bagi pengembangan bisnis UMKM.

Pendampingan ini menggunakan konsep *service learning*. Sementara alur kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat sebagai berikut: Pertama, tim pengabdian melakukan tahap sosialisasi kepada pegiat UMKM Desa Suka Indah. Sosialisasi ini menghasilkan 22 peserta yang ingin mengikuti pelaksanaan pengabdian. Kedua, para peserta kemudian mendaftarkan diri dan mengikuti proses pendampingan yang diawali dengan pelatihan. Ketiga, tim pengabdian menjelaskan tujuan dan capaian yang ingin dihasilkan dari program pengabdian ini. Penjelasan diberikan mulai dari tahapan sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Keempat, tim pengabdian memberikan pelatihan intensif kepada pegiat UMKM Desa Suka Indah yang dilalui dengan tahapan pre-test. Tahapan pre-test untuk mengetahui kemampuan dari peserta pendampingan baik dari sisi internal dan eksternal. Kelima, tahap pendampingan secara teknis dengan memberikan pengetahuan tentang bisnis digital dan konsep ekonomi hijau kepada peserta pelatihan. Tahapan keenam, merupakan tahapan evaluasi dengan menilai kemajuan dan ketercapaian yang telah diraih dari pelatihan dan pendampingan. Berikut dijelaskan digram alir kegiatan pengabdian masyarakat berbasis metode *Service Learning* (Zunaidi, 2024).



Gambar 1. Digram Alir Pengabdian Masyarakat Berbasis Metode *Service Learning*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat dengan topik pelatihan bisnis digital berbasis ekonomi hijau bagi pengembangan bisnis UMKM dilaksanakan di rumah salah satu warga desa. Para peserta hadir dengan membawa beberapa produk UMKM yang akan dijadikan contoh pembuatan konten kreatif. Kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh 22 peserta yang merupakan perwakilan dari para pegiat UMKM di Desa Suka Indah, Kecamatan Baros, Kabupaten Serang. Program pendampingan ini dilaksanakan pada hari Minggu, 11 Agustus 2024 dengan durasi selama tiga (3) jam dari pukul 13.00 – 15.00 WIB. Pada tahapan awal, kegiatan pendampingan ini dimulai dengan memberikan materi tentang teknik pengembangan model bisnis bagi UMKM di era digital. Kegiatan ini dibuka oleh perwakilan dari perangkat Desa Suka Indah. Dalam pembukaan, dijelaskan tentang pentingnya pengembangan bisnis UMKM dengan berbasis digital. Hal itu dikarenakan digitalisasi telah menjadi salah satu sarana dalam pengembangan bisnis UMKM. Terlebih lagi saat ini era media sosial telah membuat semua komunikasi generasi milenial lebih berfokus pada digitalisasi (Arianto et al., 2024). Oleh sebab itu, kepala Desa Suka Indah meminta para pegiat UMKM untuk belajar memanfaatkan bisnis digital terutama media sosial dalam pengembangan bisnis UMKM. Selain itu juga diharapkan para pegiat UMKM bisa aktif mempromosikan berbagai produk UMKM melalui media sosial.

Tahapan awal dalam kegiatan pendampingan ini dilakukan dengan memberikan informasi terkait bisnis digital. Dengan kemajuan teknologi dan adopsi internet yang semakin luas, bisnis digital bisa menawarkan berbagai manfaat yang tidak hanya mengembangkan bisnis tetapi juga memperluas jangkauan pasar dari produk UMKM. Dalam kegiatan ini diberikan beberapa manfaat dari adanya bisnis digital di antaranya: (1) Akses Pasar. Salah satu manfaat terbesar dari bisnis digital adalah kemampuan untuk menjangkau pasar global. Melalui digitalisasi dapat memungkinkan UMKM bisa menawarkan produk dan layanan kepada konsumen di seluruh dunia tanpa batasan geografis. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat mengakses pelanggan di berbagai belahan dunia, sehingga bisa meningkatkan potensi pendapatan dan memperluas pangsa pasar. (2) Bisnis digital dapat mengurangi biaya operasional secara signifikan. Dengan menggunakan media sosial dan platform *e-commerce*, perusahaan tidak perlu menyewa atau membeli ruang fisik untuk toko, yang berarti penghematan pada biaya sewa, utilitas, dan tenaga kerja. Selain itu, otomatisasi proses bisnis melalui teknologi digital juga mengurangi kebutuhan akan tenaga kerja manual, yang berdampak pada penurunan biaya operasional. (3) Pemanfaatan bisnis digital dapat memungkinkan otomatisasi berbagai proses bisnis, seperti manajemen inventaris, pemrosesan pesanan, dan dukungan pelanggan. Hal ini tidak hanya mengurangi kemungkinan kesalahan manusia tetapi juga mempercepat waktu respon, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas dari kinerja UMKM. Berikut proses kegiatan pendampingan bisnis digital berbasis ekonomi hijau:

Tahap selanjutnya, para peserta pendampingan diberikan pemahaman tentang berbagai varian bisnis digital yaitu media sosial. Para peserta diberikan pemahaman tentang kebermanfaatannya dari media sosial sebagai saluran pemasaran digital dan komunikasi bisnis. Dalam kegiatan ini diberikan beberapa contoh platform media sosial di antaranya: (1) Instagram. Platform ini dikenal sebagai platform berbagi foto dan video, sehingga sangat efektif untuk pengembangan bisnis karena memiliki elemen visual yang kuat. Sementara kelebihan Instagram terletak pada kemampuannya dalam mempromosikan produk dan membangun merek melalui konten visual yang kreatif.

Terlebih lagi, Instagram memiliki fitur seperti Instagram Stories dan Instagram Shopping yang bisa memudahkan konsumen untuk membeli produk langsung dari aplikasi. (2) TikTok merupakan platform berbagi video pendek yang memiliki kemampuan untuk menciptakan konten video kreatif yang bisa menjangkau audiens yang lebih luas dalam waktu singkat. Hingga saat ini platform TikTok sangat efektif untuk kampanye pemasaran digital karena memiliki banyak pengguna aktif.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Media Sosial dan Ekonomi Hijau

Tahap selanjutnya, para peserta diberikan pemahaman tentang tata kelola media sosial. Dalam sesi ini para peserta diberikan pemahaman yang dimulai dari tata cara pembuatan akun media sosial, teknik menjadi admin, konten kreatif, hingga pembuatan copywriting. Tujuan dari pengenalan materi ini agar akun media sosial yang telah dibuat oleh para peserta dapat berfungsi secara efektif dan bisa viral. Para peserta diberikan pemahaman yang lebih detail tentang pembuatan akun Instagram dan Tiktok yang cocok bagi bisnis. Setelah pembuatan akun media sosial, para peserta diberikan pemahaman tentang menjadi admin yang baik. Para peserta diberikan pemahaman tentang manajemen waktu sebagai admin dan apa saja yang diperlukan untuk menjadi seorang admin yang baik. Hal itu disebabkan dalam tata kelola media sosial, peran admin menjadi sangat penting bagi eksistensi suatu akun media sosial. Lebih lanjut setelah diberikan pemahaman menjadi admin media sosial, para peserta mendapatkan materi tentang pembuatan konten kreatif.

Dalam pelatihan konten kreatif para peserta diberikan teknik mempergunakan kamera smartphone untuk membuat konten video dan gambar foto. Para peserta diberikan teknik praktis agar bisa menciptakan foto dan video yang kreatif dan tetap layak untuk diunggah di akun media sosial para peserta UMKM. Sementara untuk teknik fotografi dan video diberikan materi yang sederhana, karena tidak semua peserta memiliki pengetahuan yang sama dalam perancangan video dan fotografi. Hasil dari konten video dan foto kreatif tersebut kemudian langsung diunggah di media sosial masing-masing. Tahapan selanjutnya dalam bisnis digital adalah diberikan pemahaman tentang copywriting. Para peserta diberikan cara membuat tulisan yang kreatif, unik, lucu dan memancing warganet untuk membaca dalam setiap kolom komentar di akun media sosial. Dalam konteks ini keahlian untuk membuat tulisan sangat menentukan keberhasilan dari copywriting. Para peserta diberikan tips dan trik kreatif untuk menciptakan copywriting yang bisa menarik para pembaca. Berikut foto bersama para peserta pegiat UMKM pada sesi terakhir kegiatan.



Gambar 3. Foto Bersama Sesi Pendampingan Terakhir

Tahap terakhir dalam kegiatan ini para peserta diberikan pemahaman tentang konsep ekonomi hijau yang perlu dikembangkan dalam konteks UMKM. Ekonomi hijau dihadirkan agar para pegiat UMKM bisa melakukan aktivitas bisnis tanpa harus merusak lingkungan. Dalam materi ekonomi hijau para peserta diberikan teknik ramah lingkungan, dengan pemanfaatan saluran yang tidak memberikan dampak lingkungan. Salah satu contoh ekonomi hijau adalah mendorong para pegiat UMKM untuk tidak menggunakan plastic, akan tetapi merubah dengan produk kemasan yang lebih ramah lingkungan. Para peserta juga diberikan pemahaman agar tidak membuang limbah dari aktivitas UMKM kewilayah yang dilarang, agar bisa menekan pencemaran lingkungan. Dengan demikian, para peserta diberikan pemahaman yang kuat tentang pengembangan bisnis yang tetap memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Pada akhirnya program pendampingan ini digelar untuk memperkuat pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya bisnis digital berbasis ekonomi hijau bagi pengembangan bisnis UMKM. Berikut foto bersama panitia pelaksana dan para peserta.

4. KESIMPULAN

Para peserta pendampingan telah diberikan pemahaman yang komprehensif tentang bisnis digital dan ekonomi hijau. Pemahaman tersebut dimulai dari pembuatan akun media sosial, tata kelola admin, konten kreatif, *copywriting* serta e-commerce. Para peserta juga diberikan pemahaman tentang konsep ekonomi hijau yang sangat berperan dalam membangun model bisnis berkelanjutan. Beragam pengetahuan dan kompetensi yang diberikan dapat memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi bagi pegiat UMKM Desa Suka Indah. Keberhasilan dari kegiatan ini tampak dari meningkatnya kompetensi para peserta pendampingan tentang implementasi bisnis digital, mulai dari pembuatan akun media sosial, konten kreatif, teknik *copywriting*, perdagangan melalui e-commerce dan konsep ekonomi hijau bagi aspek produksi produk UMKM. Keberhasilan lain dari kegiatan ini tampak dari terciptanya kemauan dari semua pegiat UMKM untuk mulai mempergunakan media sosial sebagai saluran pemasaran digital dan penerapan produksi yang ramah lingkungan. Dengan demikian, kegiatan pendampingan tersebut telah memberikan peningkatan kompetensi bagi pegiat UMKM dalam pengembangan bisnis UMKM yang mengadopsi konsep ekonomi hijau.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pendampingan ini terselenggara berkat adanya kerjasama dan dukungan dari Tim Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Maulana Yusuf Banten periode tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Amellia, D., & Pujianto, W. E. (2023). Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar Keripik Debog Pisang Online Melalui Manajemen Pengemasan Inovatif dan Pemasaran Berbasis E-Commerce. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 5–9.
- Arianto, B. (2023). Kebermanfaatan Media Sosial Bagi Generasi Internet: Studi Fenomenologi. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.33021/exp.v6i1.4185>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan: Studi Etnografi Digital. *ARKANA: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(02), 220–236. <https://doi.org/10.62022/arkana.v2i02.5813>
- Chairina, P., Kusumastuti, R., & Rusfian, E. Z. (2022). Peningkatan Kemampuan Dalam Mengembangkan Model Bisnis Dan Optimalisasi Media Sosial Melalui Pelatihan Model Bisnis Dan Promosi Bagi Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 963–977. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.6917>
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138–149.
- Halimah, S. N., Husna, S. N. S., Zunaidi, A., & ... (2023). Pelatihan Pemberdayaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Alami Telur Asin (ATA). In *Welfare: Jurnal ...* (Vol. 1, Issue 4, pp. 715–721). <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/845%0Ahttps://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/845/467>
- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). Peran E-Bisnis dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Economina*, 1(2), 239–247. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.73>
- Nuzula, A. F., Phamungkas, A. B., Silva, A. A., Nur, A., Mutamimah, O., & Nurfadhilah, A. (2024). Meningkatkan Visibilitas Online UMKM : Pendampingan Pemanfaatan Akun Google Bisnis sebagai Alat Pemasaran untuk Hace Craft Desa Bandar Lor , Kota Kediri. 2(1), 101–106.
- Rahmiyanti, S., Arianto, B., Handayani, B., Y., S., Seran, M. S., Naif, I. Y., Pattipeilohy, A., & Saputri, L. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Desa Petir Kabupaten Serang. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 4(1), 48–58 .
- Siti Nurhayati, R., Dia Rosa, S., Lutfiatul Rohmah, S., Nur Fadila, S., Zuan Arlency, S., Soleh Mauludin, M., Kediri, I., Kunci, K., Bisnis, P., & Digital, P. (2024). Memajukan Bisnis Lokal: Pendampingan Pemasaran Online untuk Mendorong Kemandirian UMKM Krupuk Rambak Kulit Sapi Dua Putra Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 2986–5824. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare88>
- Sudarmanto, E., Gunawan, A., Hidayat, S., Suheri., S., M., M. F., Rani., A., B., & Rosilawati. (2024). Sarasehan Anti Korupsi Suap Berbasis Tata Kelola Media Sosial bagi Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 5(1), 95–106.
- Wasan, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan pemasaran produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 31–36. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.7>
- Zunaidi, A. (2024). Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas. YPAD Penerbit.