



PEMBERDAYAAN UMKM KELURAHAN AGROWISATA MELALUI DIGITALISASI USAHA DAN PENGUATAN LITERASI DIGITAL REMAJA

EMPOWERING MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN AGROWISATA VILLAGE THROUGH BUSINESS DIGITALIZATION AND YOUTH DIGITAL LITERACY STRENGTHENING

Dana Linofa¹, Gheraldo Lumban Tobing², Kevin Saktia Lantara³, Marsha Fadhillah⁴, Mutia Nabila Apandi⁵, M. Haykal Amiruddin^{6*}, Moehammad Arya⁷, Nadia Fitrianis⁸, Nadzwa Fahtira⁹, Shofie Azzahra¹⁰, Tiara Ardhana¹¹.

^{1,2,3,...,11} Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia,

¹*Email:haykal1906@gmail.com

Article History:

Received: October 29th, 2025

Revised: December 10th, 2025

Published: December 15th, 2025

Keywords: *digitalization, MSMEs, Google Maps, digital literacy, community empowerment*

Abstract: This community service program aims to strengthen the digital capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and improve digital literacy among youth in Agrowisata Village, Rumbai Barat, Pekanbaru. Key issues include low digital adoption, lack of business profiles on online platforms, limited use of WhatsApp Business, and unstructured MSME data. The program applied a participatory approach through needs assessment, digital marketing workshops, mentoring, legal consultation, and a digital literacy seminar for 30 youths. Results show that five active MSMEs successfully registered their businesses on Google Maps, adopted WhatsApp Business features, and received guidance on business legality. Youth participants also demonstrated increased awareness and readiness for digital entrepreneurship. Overall, the program strengthens MSME competitiveness and community digital readiness.

Abstrak

Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas digital UMKM serta literasi digital remaja di Kelurahan Agrowisata, Rumbai Barat, Pekanbaru. Permasalahan utama meliputi rendahnya adopsi teknologi, belum adanya profil usaha di platform digital, pemanfaatan WhatsApp Business yang terbatas, dan data UMKM yang belum tersusun. Program dilaksanakan melalui asesmen kebutuhan, pelatihan *digital marketing*, pendampingan, konsultasi legalitas, serta seminar literasi digital bagi 30 remaja. Hasilnya, lima UMKM aktif berhasil mendaftarkan usahanya di Google Maps, mengoptimalkan WhatsApp Business, dan memperoleh arahan legalitas. Peserta remaja juga menunjukkan peningkatan pemahaman dan kesiapan berwirausaha digital. Secara keseluruhan, program ini meningkatkan daya saing UMKM dan memperkuat literasi digital masyarakat.

Kata Kunci: digitalisasi, UMKM, Google Maps, literasi digital, pemberdayaan masyarakat

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan penopang utama perekonomian Indonesia dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Limanseto, 2025; Morisson & Fikri, 2025). Potensi besar ini menuntut adanya penguatan kapasitas, khususnya melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Transformasi digital telah mengubah lanskap pemasaran dan operasional usaha, mendorong UMKM untuk beralih dari metode konvensional menuju strategi digital yang lebih efektif dan terukur (Kasnally et al., 2025; Värzaru & Bocean, 2024). Platform seperti WhatsApp Business dan Google My Business terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung efisiensi pengelolaan (Amory et al., 2025; Deku et al., 2024).

Namun demikian, tingkat adopsi digital di kalangan UMKM masih rendah. Hambatan yang sering muncul meliputi keterbatasan literasi digital, kurangnya pendampingan teknis, serta akses informasi yang tidak merata (Ausat & Peirisal, 2021; Morisson & Fikri, 2025). Kondisi ini juga ditemukan di Kelurahan Agrowisata, Kecamatan Rumbai Barat, Kota Pekanbaru. Hasil observasi awal tim KKN MBKM Universitas Riau menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM setempat belum memiliki identitas digital, belum memanfaatkan fitur pemasaran digital, dan belum terdaftar di Google Maps sehingga visibilitas usaha sangat rendah. Data UMKM kelurahan pun belum terdokumentasi secara sistematis sehingga menyulitkan kelurahan dalam melakukan pembinaan dan perencanaan ekonomi wilayah.

Kelurahan Agrowisata memiliki potensi ekonomi berbasis kuliner rumahan, kerajinan, dan hasil pertanian lokal. Dari pendataan awal ditemukan 15–20 UMKM, namun hanya sebagian kecil yang masih aktif dan memiliki pemahaman dasar mengenai *digital marketing*. Di sisi lain, terdapat sekitar ±30 remaja yang aktif menggunakan media sosial, tetapi belum diarahkan untuk aktivitas produktif atau wirausaha digital. Kesenjangan kapasitas digital ini menjadikan wilayah Agrowisata relevan sebagai subjek pengabdian berbasis pemberdayaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian masyarakat ini difokuskan pada dua intervensi utama, yaitu digitalisasi UMKM melalui pendataan, pelatihan WhatsApp Business, pendaftaran usaha di Google Maps dan optimalisasi Google My Business, serta konsultasi legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal. Intervensi kedua adalah peningkatan literasi digital dan edukasi wirausaha bagi remaja sebagai langkah preventif terhadap penyalahgunaan media sosial sekaligus pembekalan kemampuan *digital entrepreneurship* (Prasetyoningsih et al., 2023; Purbowo et al., 2023).

Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM lokal, memperluas akses pasar, dan membentuk masyarakat yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, pengabdian ini sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya Poin 8 mengenai pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta Poin 9 mengenai industri, inovasi, dan infrastruktur (Tanchangya et al., 2025). Dengan demikian, pengabdian ini dilakukan untuk mendorong perubahan sosial yang berkelanjutan melalui digitalisasi dasar dan peningkatan kapasitas masyarakat di Kelurahan Agrowisata.

METODE

Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini menggunakan pendekatan kualitatif (Liamputtong, 2020) dengan desain *Participatory Community Engagement* yang mengadaptasi prinsip *Participatory*

Action Research (PAR). Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai mitra aktif dalam tahapan identifikasi masalah, perencanaan program, hingga evaluasi, sehingga dinilai relevan dalam meningkatkan kapasitas UMKM menghadapi perkembangan teknologi digital dan sekaligus mendorong keberlanjutan program setelah masa pengabdian selesai (Chusniyah & Fauza, 2024; Muhardono et al., 2025). Subjek pengabdian terdiri atas pelaku UMKM aktif dan remaja Kelurahan Agrowisata, Kecamatan Rumbai Barat, Kota Pekanbaru. Observasi awal mencatat adanya 15–20 UMKM, namun hanya lima UMKM yang teridentifikasi sebagai pelaku usaha aktif dan siap mengikuti pendampingan intensif (Ananda et al., 2025). Selain itu, sekitar 30 remaja juga menjadi peserta kegiatan seminar literasi digital sebagai bagian dari upaya peningkatan pengetahuan dan kesiapan mereka memasuki ekosistem ekonomi digital.

Proses perencanaan kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara singkat, serta diskusi dengan pihak kelurahan dan perwakilan UMKM untuk memetakan kebutuhan serta menentukan prioritas program. Pendekatan partisipatif ini memastikan masyarakat dilibatkan langsung dalam pengambilan keputusan terkait pelatihan yang diperlukan, metode pendampingan yang sesuai, serta bentuk keterlibatan mereka selama kegiatan berlangsung. Tahapan pelaksanaan dimulai dari pendataan dan pemetaan kebutuhan UMKM yang dilakukan melalui kunjungan langsung dan wawancara singkat untuk menghasilkan baseline mengenai bentuk usaha, legalitas, tingkat digitalisasi, serta tantangan yang dihadapi. Informasi ini menjadi dasar dalam menentukan UMKM yang akan menerima pendampingan utama dan menyusun kurikulum pelatihan digitalisasi.

Tahap berikutnya adalah pelatihan digitalisasi UMKM yang dilaksanakan secara tatap muka dengan metode praktik langsung (*hands-on practice*). Materi pelatihan berfokus pada penggunaan WhatsApp Business terutama pengaturan profil bisnis, katalog produk, balasan otomatis serta pendaftaran dan optimalisasi lokasi usaha melalui Google Maps dan Google My Business sebagai media promosi digital (Nouvan et al., 2025; Sahetapy et al., 2024; Solekan & Kinding, 2024). Pelatihan inti berlangsung pada 27 Oktober 2025 dan dilanjutkan dengan pendampingan individu untuk memastikan setiap pelaku usaha dapat menerapkan teknologi digital secara mandiri dan berkelanjutan (Muhardono et al., 2025). Selain itu, konsultasi terkait legalitas usaha seperti pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal juga diberikan untuk memperkuat kesiapan administrasi UMKM.

Pada kelompok remaja, kegiatan dilaksanakan melalui seminar literasi digital yang diselenggarakan pada 9 November 2025 di Masjid Jamiatul Ansar bekerja sama dengan Tabloid Lugas sebagai penyedia ruang dan peserta. Seminar ini berfokus pada peningkatan pemahaman mengenai keamanan digital, etika bermedia sosial, serta pemanfaatan platform digital sebagai peluang wirausaha kreatif. Kegiatan disampaikan melalui metode ceramah interaktif, diskusi, dan studi kasus sederhana yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital remaja dalam konteks produktif.

Setelah kegiatan inti selesai, tim melakukan pendampingan lanjutan dan monitoring untuk memastikan keberlanjutan penggunaan teknologi oleh para peserta. Monitoring meliputi pemeriksaan akun WhatsApp Business yang telah dibuat, verifikasi profil usaha di Google Maps, serta komunikasi rutin dengan UMKM untuk menilai perkembangan keterampilan dan potensi perubahan yang terjadi. Dokumentasi berupa foto kegiatan, tangkapan layar katalog produk, serta profil Google Maps digunakan sebagai bukti implementasi lapangan.

Keberhasilan program dievaluasi menggunakan pendekatan campuran. Indikator kuantitatif diperoleh melalui pencatatan jumlah UMKM yang berhasil terdata, jumlah peserta pelatihan, keberhasilan pendaftaran UMKM ke Google Maps, serta jumlah remaja yang mengikuti seminar (Hakim et al., 2025; Rahmanida et al., 2025). Sementara itu, indikator kualitatif diperoleh melalui

wawancara mendalam untuk menilai perubahan pengetahuan, sikap, motivasi, serta kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital, baik pada UMKM maupun remaja (Purbowo et al., 2023; Wirawan et al., 2025). Evaluasi dilakukan pada tiga aspek utama, yaitu perubahan sikap, perubahan sosial-ekonomi, dan tingkat adopsi teknologi. Perubahan sikap terlihat dari meningkatnya kemauan UMKM mencoba teknologi baru serta meningkatnya kesadaran remaja terhadap praktik digital yang aman (Husen et al., 2024). Perubahan sosial-ekonomi diamati melalui peningkatan visibilitas online, potensi perluasan pasar, serta laporan mengenai adanya pelanggan baru (Meiliya & Susanti, 2024). Sementara itu, adopsi teknologi dievaluasi melalui keberlanjutan penggunaan fitur WhatsApp Business dan Google Maps setelah proses pendampingan selesai (Mobarok et al., 2024; Sharabati et al., 2024).

Secara keseluruhan, metode ini dirancang untuk memastikan kegiatan pengabdian memberikan dampak praktis dan berkelanjutan bagi UMKM dan remaja di Kelurahan Agrowisata melalui pendekatan partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam proses perubahan.

HASIL

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Agrowisata menghasilkan sejumlah capaian yang menunjukkan adanya perubahan positif pada pelaku UMKM dan remaja sebagai subjek pengabdian. Pada proses pendampingan UMKM, workshop digitalisasi memberikan peningkatan kompetensi yang signifikan. Dari total 15–20 UMKM yang terdata, lima pelaku usaha aktif mengikuti pelatihan inti dan berhasil mengimplementasikan penggunaan WhatsApp Business serta mendaftarkan lokasi usahanya pada Google Maps. Sebelum kegiatan berlangsung, seluruh UMKM tersebut belum memiliki identitas digital, namun setelah pendampingan mereka memiliki profil bisnis yang dapat diakses publik, lengkap dengan katalog produk, deskripsi usaha, serta titik lokasi yang diverifikasi. Bukti dokumentatif berupa tangkapan layar katalog WhatsApp Business dan tampilan profil Google Maps menunjukkan keberhasilan intervensi digitalisasi tersebut.



Gambar 1. Pelatihan Digitalisasi yang Dihadiri oleh UMKM Aktif Lokal

Selain peningkatan kemampuan teknis, perubahan perilaku juga terlihat pada cara UMKM mengelola usaha. Pelaku usaha menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produk secara daring, memahami pentingnya *digital branding*, serta menunjukkan minat terhadap legalitas usaha. Melalui proses konsultasi, satu UMKM menyatakan kesiapan untuk mengurus sertifikasi halal, sementara lainnya mulai memahami proses pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Perubahan ini mencerminkan peningkatan kapasitas administratif yang sebelumnya belum diperhatikan oleh para pelaku usaha.

Hasil signifikan juga ditemukan pada program seminar literasi digital yang diikuti oleh sekitar 30 remaja Kelurahan Agrowisata. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai keamanan digital, etika penggunaan media sosial, serta pemanfaatan platform digital untuk kegiatan wirausaha. Evaluasi melalui wawancara singkat menunjukkan adanya peningkatan motivasi untuk memulai usaha berbasis digital sekaligus meningkatnya kesadaran terhadap risiko penyalahgunaan teknologi. Dengan demikian, kegiatan ini turut memperkuat kesiapan generasi muda dalam mendukung ekosistem digital desa.



Gambar 2. Seminar Literasi Digital di Masjid Jamiatul Ansar

Indikator keberhasilan program terlihat baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Secara kuantitatif, lima UMKM telah terdigitalisasi melalui Google Maps, seluruh peserta pelatihan telah membuat katalog WhatsApp Business, dan pendataan UMKM kelurahan berhasil disusun lebih sistematis. Secara kualitatif, peserta menunjukkan perubahan sikap, peningkatan motivasi, dan kemampuan menerapkan materi pelatihan dalam praktik sehari-hari. Meski begitu, partisipasi UMKM secara keseluruhan masih menjadi kendala. Dari 15–20 UMKM yang ada, hanya lima yang konsisten mengikuti pelatihan akibat keterbatasan waktu, rendahnya literasi digital, serta kurangnya pemahaman mengenai urgensi digitalisasi. Kendala ini membatasi skala dampak jangka pendek, namun sekaligus menggambarkan perlunya pendampingan lanjutan.

ID	Nama	Nama Usaha	Jenis Usaha	Deskripsi	Gambar	Tanggal	Status	Aksi
41	Aliya Susanti	Global Taylor	Jasa	Jasa menjahit jas dan kain...		07/11/2025	Processed	
40	Dini Ramadani	Bunda R Plastik	Perdagangan	Menjual Plastik dan Bahan Kue ...		07/11/2025	Processed	
39	Rama Dani	VA CELLULAR	Jasa	Service HP dan jual aksesoris ...		07/11/2025	Processed	
38	Ika Fitriani	Sionay Mak Iqbal	Makanan	menjual sionay dan teh es...		07/11/2025	Processed	
37	Rifai Ansori	Piaang Molen Maryam	Makanan	Pisang Molen seharga 500 rupia...		07/11/2025	Processed	
36	Sri Rezeki Ramadani	Aneka Minuman Segar	Makanan	Menjual aneka minuman segar da...		07/11/2025	Processed	
35	Sri Endah Wahyuni	Warung Sarapan Pagi Mbak Endah	Makanan	Menjual sarapan pagi seperti i...		07/11/2025	Processed	
34	Aulia Afrianti	Es Teler Barberita	Makanan	Es Teler, Es Tebak, Es Rumpit ...		07/11/2025	Processed	

Gambar 3. UMKM yang Berhasil Didata oleh Kelompok KKN

Secara keseluruhan, hasil kegiatan KKN menunjukkan adanya peningkatan kompetensi digital, kenaikan visibilitas usaha, serta berkembangnya kesadaran remaja terhadap penggunaan teknologi yang produktif. Capaian ini memberikan nilai tambah bagi masyarakat dan membuka peluang pengembangan program digitalisasi yang lebih luas di Kelurahan Agrowisata.

PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat di Kelurahan Agrowisata menunjukkan bahwa digitalisasi berbasis pendampingan partisipatif mampu mendorong perubahan signifikan pada pelaku UMKM dan remaja sebagai subjek dampingan. Temuan awal bahwa sebagian besar UMKM belum memiliki identitas digital dan kurang memahami teknologi pemasaran daring sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan rendahnya tingkat adopsi digital pada sektor UMKM di Indonesia akibat keterbatasan literasi, akses, dan pendampingan teknis (Ausat & Peirisal, 2021; Morisson & Fikri, 2025). Minimnya pemanfaatan *platform digital* juga konsisten dengan kajian transformasi bisnis UMKM yang menekankan perlunya integrasi teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing usaha kecil (Amory et al., 2025).

Keberhasilan lima UMKM dalam membuat katalog WhatsApp Business dan mendaftarkan lokasi usaha di Google Maps mendukung temuan-temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pelatihan praktik langsung (*hands-on*) merupakan metode paling efektif dalam meningkatkan kemampuan digital UMKM (Chusniyah & Fauza, 2024; Muhardono et al., 2025). Optimalisasi Google Maps dan Google My Business terbukti meningkatkan visibilitas usaha dan jangkauan pasar (Hakim et al., 2025; Kasnelly et al., 2025; Solekan & Kinding, 2024), sebagaimana juga dijelaskan oleh Iskandar (2025) bahwa keberadaan profil digital yang terverifikasi meningkatkan kepercayaan konsumen serta potensi pertumbuhan ekonomi lokal. Hal ini didukung pula oleh Deku et al. (2024) dan Sharabati et al. (2024) yang menemukan bahwa pemasaran digital memiliki dampak langsung terhadap performa usaha kecil di berbagai negara berkembang.

Perubahan perilaku UMKM setelah pendampingan mulai dari meningkatnya kesadaran mengenai *branding digital* hingga kesiapan mengurus legalitas usaha mencerminkan pola transformasi digital yang juga ditemukan di berbagai studi pengabdian, misalnya oleh Husen et al. (2024) dan Mobarok et al. (2024), yang menekankan bahwa pendampingan terstruktur mampu menumbuhkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi serta meningkatkan profesionalitas bisnis. Perubahan ini juga menunjukkan bahwa intervensi digital tidak hanya

berdampak pada aspek teknis, melainkan juga pada perubahan mindset dan perilaku kewirausahaan, yang menjadi kunci utama dalam penguatan daya saing UMKM (Prasetyoningsih et al., 2023).

Program seminar literasi digital bagi remaja juga menunjukkan efektivitas dalam membangun kapasitas generasi muda. Peningkatan pemahaman mengenai keamanan digital, etika bermedia sosial, dan peluang wirausaha *online* sejalan dengan penelitian Utami et al. (2024) yang menegaskan pentingnya literasi digital dalam menyiapkan masyarakat menuju era ekonomi digital *Society 5.0*. Temuan bahwa remaja menjadi lebih termotivasi untuk mengeksplorasi wirausaha digital mendukung argumentasi bahwa literasi digital dapat memperkuat potensi ekonomi kreatif lokal (Purbowo et al., 2023). Hal ini memperlihatkan bahwa pembangunan ekosistem digital tidak hanya membutuhkan intervensi pada UMKM, tetapi juga pada generasi muda yang berperan sebagai *digital native* dan motor penggerak inovasi desa.

Meski program berhasil mencapai sejumlah capaian, hambatan tetap ditemukan, terutama terkait rendahnya partisipasi UMKM. Kondisi ini sesuai dengan penelitian Meiliya & Susanti (2024) serta Morisson & Fikri (2025) yang menunjukkan bahwa resistensi terhadap teknologi, keterbatasan waktu, dan rendahnya kepercayaan diri menjadi faktor utama yang menghambat adopsi digital pada UMKM. Proses legalitas usaha seperti NIB dan sertifikasi halal yang belum terselesaikan juga menggambarkan bahwa pendampingan administratif memerlukan durasi lebih panjang dan dukungan kelembagaan yang memadai, sebagaimana disorot oleh Tanchangya et al. (2025) terkait tantangan tata kelola UMKM.

Secara keseluruhan, temuan pengabdian ini sejalan dengan teori pemberdayaan berbasis partisipasi yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, hingga evaluasi agar tercapai transformasi sosial yang berkelanjutan (Liamputpong, 2020). Perubahan sikap, peningkatan keterampilan digital, terbentuknya identitas digital UMKM, serta tumbuhnya kesadaran remaja terhadap penggunaan teknologi secara produktif menunjukkan bahwa program ini telah menciptakan fondasi perubahan sosial yang relevan dalam konteks pembangunan desa berbasis ekonomi digital.

KESIMPULAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Kelurahan Agrowisata telah mencapai tujuan utama program, yaitu meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM serta memperkuat literasi digital remaja. Program digitalisasi berhasil memberikan dampak nyata bagi lima UMKM aktif yang telah memperoleh identitas digital melalui pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, optimalisasi profil Google My Business, serta pemanfaatan fitur WhatsApp Business untuk pemasaran produk. Perubahan ini menunjukkan peningkatan kompetensi teknis, kepercayaan diri, serta kesadaran akan pentingnya *digital branding* dan legalitas usaha.

Pada kelompok remaja, seminar literasi digital mampu meningkatkan pemahaman mengenai etika berinternet, keamanan digital, dan peluang wirausaha berbasis teknologi. Temuan ini menunjukkan bahwa program tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga memperkuat potensi jangka panjang dalam membangun ekosistem digital yang lebih maju di Kelurahan Agrowisata.

Meskipun kegiatan mencapai sejumlah keberhasilan, beberapa hambatan turut ditemukan. Tingkat partisipasi UMKM masih rendah karena sebagian pelaku belum memahami urgensi digitalisasi, serta adanya keterbatasan waktu dan kemampuan dasar teknologi. Selain itu, proses legalitas usaha belum sepenuhnya dapat diselesaikan karena memerlukan administrasi lanjutan di

luar jangkauan waktu pelaksanaan program. Hambatan ini menunjukkan perlunya dukungan berkelanjutan dan kolaborasi yang lebih kuat antara tim pelaksana, pemerintah kelurahan, dan pelaku usaha.

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar pihak kelurahan membentuk komunitas UMKM digital sebagai wadah pembinaan rutin, termasuk pendampingan legalitas usaha dan pelatihan pemasaran digital lanjutan. Selain itu, remaja yang telah mengikuti seminar dapat diberdayakan sebagai duta literasi digital guna membantu UMKM lokal dalam mengelola profil digital dan memproduksi konten pemasaran. Program serupa dapat dikembangkan lebih luas dengan cakupan UMKM yang lebih besar sehingga dampak pengabdian dapat dirasakan secara menyeluruh di lingkungan Kelurahan Agrowisata.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami menyampaikan terima kasih dan apresiasi sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan menyukseskan program pengabdian masyarakat ini, diawali dengan Bapak Zulken, S.P., selaku Lurah Kelurahan Agrowisata, atas dukungan, izin, dan arahan yang telah diberikan. Kami juga mengucapkan terima kasih khusus kepada Ibu Rahmah selaku kader kelurahan yang aktif memfasilitasi pendampingan dan interaksi dengan komunitas UMKM, serta Ibu Nani, salah satu pelaku UMKM Agrowisata, atas partisipasi, motivasi, dan perannya dalam mengajak UMKM lain ikut serta dalam kegiatan digitalisasi. Selain itu, kami berterima kasih kepada Bapak Taufik dari Tabloid Lugas atas inisiasi dan fasilitasi seminar literasi digital yang bekerja sama dengan remaja Masjid Jamiatul Ansar, sehingga kegiatan edukasi digital dapat terselenggara dengan baik, di mana seluruh kontribusi penting dari berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung, ini kami hargai dengan rasa hormat yang sebesar-besarnya.

DAFTAR REFERENSI

Amory, J. D. S., J., R., & Hayadin, M. R. (2025). Integrasi teknologi informasi dan komunikasi dalam model bisnis UMKM: Kajian literatur tentang inovasi dan keberlanjutan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2).

Ausat, A. M. A., & Peirisal, T. (2021). Determinants of e-commerce adoption on business performance: A study of MSMEs in Malang City, Indonesia. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 20(2), 104–114.

Chusniyah, I., & Fauza, N. (2024). Pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran di masa pandemi. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.

Deku, W. A., Wang, J., & Preko, A. K. (2024). Digital marketing and small and medium-sized enterprises' business performance in emerging markets. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 18(3), 251–269.

Hakim, M. I. L., Safitri, A. N., Furohman, A., Rahmawati, M., Nur'aeni, L., Fauzan, M. A., Liana, T. H., Risliyanti, I. N., Amaluddin, D., & Yusuf, M. A. (2025). Pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai upaya branding UMKM di Desa Singaraja Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS)*, 3(2), 151–161.

Husen, M., Bayhaki, I., Anandita, S. R., Mahendri, W., Taqiyuddin, A., Zhaki, M. N., Ibrahim, M., Andi, M., Musthofiyah, A., & Dianingsih, N. (2024). Transformasi digital bagi UMKM di Desa Ngusikan: Sosialisasi dan pendampingan penggunaan digital marketing. *EKONOMI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 140–144.

Iskandar, I. (2025). Strategi optimalisasi Google My Business (GMB) dalam meningkatkan daya saing digital UMKM di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(1), 197–205.

Kasnelly, S., Afkari, S. U., Musdallifah, D., Marwiyah, M., Ehwan, M., & Agustia, U. (2025). Implementasi strategi pemasaran digital melalui optimalisasi Google Maps untuk meningkatkan visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 72–84.

Liamputpong, P. (2020). *Qualitative research methods* (5th ed.). Oxford University Press.

Limanseto, H. (2025). Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia. *Ekon.go.id*.

Meiliya, A., & Susanti, E. D. (2024). Implementasi strategi pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan toko kelontong di Kecamatan Semampir. *Economics and Business Management Journal (EBMJ)*, 3(02), 188–194.

Mobarok, F. F., Sihab, H. H., Nurfadillah, T. N., Azizah, N. A. N., & Srimurni, R. R. (2024). Sinergi digitalisasi dan kesadaran K3 sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM di Desa Lebakwangi. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 531–538.

Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *EBISNIS (Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)*, 18(1), 289–299.

Muhardono, A., Utami, W. W., Rosyidah, H. S., Kammy, A. P., Karimah, M., & Ifham, M. Z. (2025). Transformasi digital: Pelatihan UKM Piscok Jenggo menuju era digital. *DIMASEKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–7.

Nouvan, M. A., Yusa, V. D., & Utami, R. R. (2025). Pengembangan optimalisasi penggunaan dan pengelolaan WhatsApp Business dan Google Maps pada UMKM Tahu. *ADM: Jurnal Abdi Dosen dan Mahasiswa*, 3(1), 11–18.

Prasetyoningsih, N., Mujiyana, M., Iswandi, K., Diwanti, D. P., & Muhari, M. (2023). Peningkatan daya saing UMKM melalui pelatihan digital marketing. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3).

Purbowo, P., Lilawati, E., Febia, R. A., Anwar, H., & Anam, N. (2023). Pelatihan digital marketing dalam meningkatkan pemasaran UMKM Desa Ngogri Megaluh. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 16–18.

Sahetapy, H. V., Hahury, H. D., Metekohy, S., Sialila, S., Ramly, F., Bugis, M., Muspida, M., Tamtelahitu, J., Oppier, H., & Pattimahu, T. V. (2024). Pelatihan dan pendampingan pembuatan tag lokasi usaha berbasis Google Maps sebagai upaya promosi UMKM di Kota Ambon. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(2), 534–541.

Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The impact of digital marketing on the performance of SMEs. *Sustainability*, 16(19), 8667.

Solekan, M., & Kinding, D. P. N. (2024). Optimalisasi penggunaan aplikasi Google Maps sebagai media promosi UMKM Bina Sejahtera Bersama Banjarnegara. *MARHALADO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–7.

Tanchangya, T., Islam, N., Naher, K., Mia, M. R., Chowdhury, S., Sarker, S. R., & Rashid, F. (2025). Financial technology-enabled sustainable finance for SMEs. *Environment, Innovation and Management*,

Utami, T., Purnomo, B., Estiana, R., Padilah, H., Harto, B., Judijanto, L., Munizu, M., Adrian, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Nurrohman, R. (2024). *UMKM Digital: Teori dan implementasi UMKM pada era Society 5.0*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Vărzaru, A. A., & Bocean, C. G. (2024). Digital transformation and innovation. *Systems*, 12(9), 359.