

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DI DESA WANGUN HARJA

Muhammad Rafly Ardiansyah^{1,*}, Shafa' Salsabila Rustam²⁾, Lulu Maesaroh ³⁾, Rika Sulastr⁴⁾, Rahmi Aprilianti Dewi⁵⁾, Restu Fauziah⁶⁾, Ihya Unnaafilah ⁷⁾, Pipik Padilah⁸⁾, Muhammad Arvil Zulfy⁹⁾, Azzam Raditya Fahreza¹⁰⁾

- ¹⁾ Muhammad Rafly Ardiansyah 1 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)
- ²⁾ Shafa' Salsabila Rustam 2 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)
- ³⁾ Lulu Maesaroh 3 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)
- ⁴⁾ Rika Sulastr 4 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)
- ⁵⁾ Rahmi Aprilianti Dewi 5 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)
- ⁶⁾ Restu Fauziah 5 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)
- ⁷⁾ Ihya Unnaafilah 6 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)
- ⁸⁾ Pipik Padilah 7 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)
- ⁹⁾ Muhammad Arvil Zulfy 8 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)
- ¹⁰⁾ Azzam Raditya Fahreza 9 (Universitas Al-Ghifari, Jl. Cisaranten Kulon No.140 Bandung, Indonesia 40293)

*Corresponding author : Muhammad Rafly Ardiansyah
Email:muhammadraffly184@gmail.com

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Digitalisasi ini dilakukan di Dusun Cicalung Desa Wangun Harja Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Fokus utama program penulis yaitu digitalisasi UMKM. Permasalahan utama yang ada di Dusun Cicalung, para pemilik UMKM ini belum memanfaatkan teknologi digital karena belum memahami sepenuhnya terkait digital. Hasil dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dapat disimpulkan bahwa pemilik UMKM yang ada di Dusun Cicalung dapat memahami digital setelah diberi arahan secara langsung namun kendalanya ada di kuota internet yang tidak cukup. Pemilik UMKM akan lebih meangaktifkan akun Tiktok nya jika disediakan fasilitas seperti waktu yang luang dan kuota internet yang cukup. Namun, pemilik UMKM memiliki kesadaran dan tanggung jawab bahwa untuk mengembangkan usahanya butuh proses yang tidak mudah dan harus ada usaha yang dilakukan. Untuk melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata selama satu bulan dan pastinya melewati beberapa tahap. Tahap-tahap tersebut yaitu proses perizinan ke Desa Wangun Harja, Kepala Dusun Cicalung, RT dan RW Dusun Cicalung, tahap survei lapangan yaitu mengunjungi UMKM yang ada di Dusun Cicalung untuk mengetahui kondisi UMKM tersebut dan terakhir yaitu tahap pelaksanaan dengan memberikan arahan secara langsung terkait pemanfaatan platform digital untuk memasarkan produk kepada UMKM yang ada di Dusun Cicalung supaya dijangkau lebih luas oleh pembeli.

Kata kunci: Kuliah Kerja Nyata (KKN), Digitalisasi UMKM, Dusun Cicalung, Desa Wangun Harja

ABSTRACT

This Digitalization Real Work Lecture (KKN) was carried out in Cicalung Hamlet, Wangun Harja Village, Lembang District, West Bandung Regency. The main focus of the author's

program is digitizing MSMEs. The main problem in Cicalung Hamlet is that MSME owners have not yet utilized digital technology because they do not fully understand digital. The results of the Real Work Lecture (KKN) activities can be concluded that MSME owners in Cicalung Hamlet can understand digital after being given direct guidance, but the problem is the insufficient internet quota. MSME owners will activate their Tiktok accounts more if they are provided with facilities such as free time and sufficient internet quota. However, MSME owners have the awareness and responsibility that developing their business requires a process that is not easy and that effort must be made. To carry out Real Work Lecture activities for one month and of course go through several stages. These stages are the licensing process to Wangun Harja Village, the Head of Cicalung Hamlet, the RT and RW of Cicalung Hamlet, the field survey stage, namely visiting MSMEs in Cicalung Hamlet to find out the condition of these MSMEs and finally the implementation stage by providing direct direction regarding utilization. digital platform to market products to MSMEs in Cicalung Hamlet so that they can be reached more widely by buyers

Keywords: *Real Work Lectures (KKN), Digitalization of MSMEs, Cicalung Hamlet, Wangun Harja Village*

PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang pesat, teknologi telah menjadi salah satu aspek kunci dalam kehidupan sehari-hari. Transformasi digital telah mengubah cara kita bekerja, belajar, berinteraksi, dan bahkan berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Namun, di banyak komunitas, akses dan pemahaman terhadap teknologi masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Fitriyah & Nurhaeni, (2021).

Memasuki era 5.0 ini masyarakat harus bisa mengikuti jaman termasuk dalam menjual sebuah produk. Kini banyak platform digital yang disediakan sebagai wadah untuk transaksi jual beli seperti Shopee, Lazada, Tiktoshop, Tokopedia dan masih banyak e-commerce lainnya. Platform tersebut dapat memudahkan pengguna dalam melakukan jual beli karena tidak perlu berinteraksi secara langsung dengan penjual maupun konsumen cukup dengan menggunakan aplikasi saja. Dari adanya platform digital tersebut sebagian pemilik UMKM yang belum mengerti mengenai digital berdampak pada penjualannya yang menurun karena tidak menggunakan salah satu platform digital tersebut.

UMKM, atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, sering kali menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi baru seperti platform digital. Menurut Irjayanti & Azis, (2023) Platform digital mencakup berbagai jenis, mulai dari e-commerce, media sosial, hingga solusi perangkat lunak berbasis cloud yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar.

Bagi UMKM yang belum memahami platform digital, transformasi ini mungkin terasa menakutkan atau membingungkan. Namun, dengan memahami manfaat dan cara implementasi platform digital, UMKM dapat membuka peluang baru untuk pertumbuhan bisnis mereka. Keuntungan meliputi akses pasar yang lebih luas, peningkatan efisiensi dalam proses bisnis, penghematan biaya operasional, dan interaksi yang lebih baik dengan pelanggan.

Nugraha *et al.*, (2024) Pentingnya pendidikan dan pendampingan dalam mengenalkan platform digital kepada UMKM tidak bisa diabaikan. Ini melibatkan edukasi tentang keuntungan dan risiko, serta pelatihan untuk menggunakan platform tersebut secara efektif. Dengan demikian, UMKM dapat memanfaatkan teknologi ini sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jejak pasar mereka di era digital yang terus berubah.

Dari hasil observasi lapangan bahwa di Dusun Cicalung banyak pemilik UMKM yang masih belum mengerti mengenai platform digital. Maka dari itu kami selaku masyarakat yang paham mengenai platform digital melakukan sebuah upaya untuk membantu para pemilik UMKM yang belum memahami tentang digital untuk memberikan arahan dalam menggunakan platform digital dalam menjalankan usahanya supaya lebih berkembang.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara langsung di Dusun Cicalung Desa Wangun Harja Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Tempat ini dipilih karena cocok untuk menjalankan program kerja yang telah ditentukan sesuai tema dari Universitas yaitu Refitalisasi Digital UNFARI untuk Desa. Metode yang dilakukan pada pengabdian ini yaitu metode observasi dan wawancara. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Dusun Cicalung Desa Wangun Harja, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan pada tanggal 03 Juni sampai 03 Juli 2024. Kegiatan dimulai dari beberapa tahap diantaranya :

Tahap persiapan

Kegiatan Persiapan tersebut meliputi perizinan ke pihak yang bersangkutan, musyawarah yang berkoordinasi dengan Kepala Desa, Kepala Dusun, dan Ketua RT/RW untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Tahap Survei Lapangan

Mengunjungi lokasi untuk mengetahui keadaan UMKM di Dusun Cicalung. Disana kita mencoba mengunjungi masyarakat dengan wawancara perihal keadaan UMKM yang ada disana.

Tahap Pelaksanaan

Mensurvei tiap rumah UMKM, sosialisasi logo brand, sosialisasi platform digital, dan praktek promosi melalui platform digital. Hal ini dapat menjadi solusi untuk perkembangan ekonomi di Dusun Cicalung dikarenakan dengan penerapan promosi yang baik melalui platform digital bisa memperluas jangkauan pembeli.

HASIL PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Dusun Cicalung, Desa Wangun Harja, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, merupakan contoh nyata dari upaya untuk memberdayakan masyarakat pedesaan melalui pendekatan yang disesuaikan dengan kondisi lokal. Pelaksanaan kegiatan secara langsung menunjukkan pemahaman yang baik terhadap tantangan infrastruktur di daerah pedalaman, seperti keterbatasan sinyal jaringan dan fasilitas yang belum memadai Rumahuru et al., (2021). Dalam melakukan refitalisasi digital ini penulis mencari tempat yang cocok untuk melaksanakan program kegiatan yang telah disepakati seperti jaringan yang memadai dan media yang akan digunakan tersedia seperti *handphone*.

Metode observasi dan wawancara yang digunakan dalam pengabdian ini sejalan dengan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA), yang menekankan pentingnya memahami realitas lokal melalui interaksi langsung dengan masyarakat Narayanasamy, (2009). Hal ini memungkinkan tim pengabdian untuk mendapatkan

pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan dan potensi masyarakat Dusun Cicalung. Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama satu bulan (03 Juni sampai 03 Juli 2024) memberikan waktu yang cukup untuk melakukan intervensi yang bermakna. Tahapan kegiatan yang dilakukan mencerminkan perencanaan yang sistematis:

Tahap Persiapan: Proses perizinan dan koordinasi dengan pemerintah setempat menunjukkan penghormatan terhadap struktur pemerintahan lokal dan pentingnya membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan Ahmad,(2020). Dalam melakukan perizinan ini penulis mengikuti arahan dari Universitas seperti memberikan surat pengantar dari kampus untuk ke Desa Wangun Harja dan mendapatkan surat balasan dari desa tersebut untuk melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Setelah mendapatkan izin dari Desa Wangun Harja penulis melaporkan ke RT 03 dan RW 06 untuk memberitahukan akan diadakannya Kuliah Kerja Nyata di Dusun Cicalung.

Survei Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam pelaksanaan survei UMKM KKN kelompok 24 mengunjungi beberapa UMKM yang ada di desa Wangun Harja yang diantaranya pelaku UMKM Aneka oleh-oleh Ema Idas dan Simping & Arumanis Amanah. Kunjungan dan wawancara dengan masyarakat setempat merupakan langkah penting dalam memahami konteks sosial-ekonomi Dusun Cicalung. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip-prinsip pengembangan masyarakat yang berpusat pada manusia Nasdian, (2014).

Dalam melakukan survei ini penulis berkoordinasi dengan Kepala Dusun Cicalung untuk melaksanakan program yang telah ditentukan yaitu pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produk UMKM yang ada di Dusun Cicalung. Kepala Dusun Cicalung menyarankan untuk melaksanakan program kerja tersebut di UMKM Simping dan Aneka Oleh-Oleh Ema Idas karena dilihat dari keadaan UMKM tersebut belum memanfaatkan platform digital sehingga penulis setuju untuk melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata di UMKM tersebut.



Gambar 1. Survei Lokasi UMKM Simping dan Aneka Oleh-Oleh Ema Idas

Proses Pembuatan Produk UMKM



Gambar 2. Produk Simping & Aromanis Amanah



Gambar 3. Produk Aneka Oleh-Oleh Ema Idas

KKN kelompok 24 juga melihat langsung bagaimana proses pembuatan olahan UMKM Aneka oleh-oleh Ema Idas dan Simping & Arumanis Amanah. Dalam proses pembuatan kedua UMKM ini masih tradisional dan menggunakan tenaga manusia. Penulis juga mencoba membantu dalam proses pembuatannya namun bagi pemula dalam proses pengemasannya tidak mudah karena harus sama bentuk dan ukurannya. Selain itu, kedua produk UMKM ini memperhatikan kualitas produk agar konsumen merasa puas dengan membeli produk tersebut. Produk UMKM ini juga dari segi harga sangat terjangkau sehingga banyak diminati oleh konsumen apalagi dibuat dengan kemasan yang menarik.

Produk merupakan suatu hal yang diciptakan oleh perseorangan maupun kelompok lalu di pasarkan kepada konsumen dalam jumlah lebih dari satu. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283), kualitas produk mengacu pada kemampuan produk untuk memenuhi fungsi yang dimaksudkan. Hal ini mencakup faktor-faktor seperti daya tahan, keandalan, keakuratan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta atribut lain yang diinginkan. Demikian pula Kotler dan Keller (2009:143) mendefinisikan kualitas produk sebagai memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dari definisi para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dievaluasi berdasarkan standar keandalan, fitur tambahan, konten, rasa, dan kinerja yang memuaskan kebutuhan pelanggan. Kusuma & Suwitho, (2015)

Pembuatan Logo (Merek)

Program kerja UMKM KKN kelompok 24 membuat logo untuk UMKM dengan tujuan dapat membantu peningkatan penjualan produk tersebut dipasaran serta produk tersebut lebih dikenal oleh konsumen.

Menurut Kotler & Keller (2009:258), merek merupakan suatu hal yang membedakan dengan produk atau jasa lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Tjiptono (2008:104) juga menyatakan bahwa merek harus secara konsisten memberikan karakteristik, manfaat, dan layanan tertentu kepada pembeli. Sebuah merek dapat menyampaikan atribut, manfaat, nilai, budaya, kepribadian, dan daya tarik kepada konsumen. Ringkasnya, merek adalah suatu tanda, nama, atau istilah yang digunakan oleh pemasar untuk membedakan barang atau jasa mereka dari pesaing dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan secara konsisten memberikan sifat, manfaat, dan layanan tertentu Venessa & Arifin, (2017).

Penekanan pada sosialisasi logo *brand* dan promosi melalui platform digital

menunjukkan upaya untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal. Strategi ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat secara signifikan meningkatkan jangkauan pasar dan pendapatan UMKM di daerah pedesaan Srivastava & Gosain, (2020).



Gambar 4. Logo Simping & Aromanis Amanah



Gambar 5. Logo Aneka Oleh-Oleh Ema Idas

Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Para pelaku bisnis mengoptimalkan pemasaran *online* dan *digital branding* sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Hal ini tentu menjadi pilihan yang sangat efektif. Dengan menggunakan platform digital untuk pemasaran diharapkan dapat memperbarui sistem pemasaran konvensional yang telah lebih dulu di pahami masyarakat.

Fokus pada pemberdayaan UMKM melalui pengembangan branding dan pemanfaatan platform digital menunjukkan kesadaran akan pentingnya adaptasi terhadap era digital, bahkan di daerah pedalaman. Hal ini sejalan dengan konsep "leapfrogging" dalam pembangunan, di mana teknologi dapat membantu masyarakat pedesaan untuk mengatasi hambatan pembangunan tradisional Mahardika *et al.*, (2021).



Gambar 6. Pengarahan Pembuatan Akun Tiktok



Gambar 7. Akun Tiktok Simping

Dalam melaksanakan program kerja pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produk UMKM penulis memanfaatkan platform digital TikTok untuk memasarkan produk UMKM seperti *Simping* dan *Aneka Oleh-Oleh Ema Idas*. Terlebih dahulu Penulis membantu UMKM *Simping* untuk membuat akun TikTok *Simping* dan *Aromanis Amanah*, penulis mengarahkan pemilik UMKM *Simping* untuk mendaftar akun TikTok yang didalamnya ada nama akun, *password* akun, nomor handphone untuk verifikasi kode lalu pemilik mendapatkan akun TikTok. Setelah itu penulis memberikan saran untuk sering membuat konten ketika memproduksi *Simping* atau melakukan live yang pastinya penulis juga mengarahkan bagaimana cara mengupload konten dan live di TikTok supaya dapat menjangkau pembeli lebih luas. UMKM *Simping* dan *Aromanis Amanah* ini sebelumnya sudah memiliki surat izin usaha sehingga penulis tidak mengarahkan untuk membuat surat izin usaha di *Website*.



Gambar 8. Proses Pendaftaran Surat Izin Usaha



Gambar 9. Penyerahan Surat izin Usaha

Selanjutnya, penulis mengunjungi UMKM *Aneka Oleh-Oleh Ema Idas* untuk diarahkan dalam pembuatan akun TikTok. Sebelumnya, penulis membantu pemilik *Aneka Oleh-Oleh Ema Idas* untuk mendaftarkan surat izin usaha karena sebelumnya pemilik belum memiliki surat izin usaha. Penulis melakukan pendaftaran surat izin usaha melalui *website* OSS. Dalam melakukan pendaftaran surat izin usaha ini dibutuhkan beberapa berkas seperti KTP, Kartu Keluarga (KK), dan Nomor BPJS jika ada. Proses pendaftaran surat izin usaha ini dibutuhkan waktu sekitar 30 menit karena didalamnya banyak pertanyaan yang harus diisi. Setelah semua pertanyaan diisi penulis dapat mendownload surat izin usaha yang telah disediakan di *website* tersebut.



Gambar 10. Akun Tiktok Aneka Oleh-Oleh Ema Idas

Pembuatan akun tiktok Aneka Oleh-Oleh Ema Idas ini diarahkan oleh penulis cara pendaftarannya tidak beda jauh seperti membuat akun tiktok UMKM Simping dan Aromanis Amanah. Penulis menyarankan agar akun tiktok ini selalu aktif dan membuat konten-konten yang menarik sehingga dapat menjangkau pembeli lebih luas serta dapat menguntungkan pemilik UMKM Aneka Oleh-Oleh Ema Idas.

Selain itu, penulis menyarankan untuk memperbarui logo Aneka Oleh-Oleh Ema Idas namun tidak menghilangkan unsur yang ada didalamnya. Seperti pada gambar diatas merupakan logo yang diperbarui, didalamnya terdapat informasi terkait produk apa saja yang dijual dan mencantumkan nomor whatsapp untuk pemesanan produk. Penulis juga memberikan arahan terkait kemasan produk, dimana sebelumnya kemasan produk Aneka Oleh-Oleh Ema Idas ini masih kosong tidak ada logo sama sekali sehingga sangat mudah bagi konsumen untuk menjual kembali produk tersebut. Dilihat dari rasa ciri khas produk dari UMKM tersebut penulis mengarahkan untuk menambahkan logo seperti gambar diatas supaya konsumen tahu bahwa produk yang dibelinya itu dari Aneka Oleh-Oleh Ema Idas. Dengan menambahkan logo pada kemasan dapat menjangkau pembeli lebih luas karena didalam logo tersebut dicantumkan informasi terkait produk dan info pemesanan.



Sebelum

Sesudah

Gambar 11. Produk Aneka Oleh-Oleh Ema Idas

Pendekatan yang dilakukan dalam pengabdian ini menggambarkan upaya untuk menjembatani kesenjangan digital (*digital divide*) yang sering menjadi hambatan bagi pembangunan ekonomi di daerah pedesaan Ilaihi *et al.*, (2023). Dengan memperkenalkan dan memberikan pelatihan tentang pemanfaatan platform digital, pengabdian ini berpotensi untuk membuka peluang baru bagi UMKM di Dusun Cicalung untuk memperluas pasar mereka melampaui batasan geografis.

Secara keseluruhan, pengabdian kepada masyarakat di Dusun Cicalung ini mencerminkan pendekatan holistik terhadap pemberdayaan masyarakat pedesaan, dengan memadukan pemahaman terhadap kondisi lokal dan pengenalan teknologi yang relevan untuk mendorong perkembangan ekonomi.

SIMPULAN DAN SARAN

Dengan adanya kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), khususnya Program Kerja Pengembangan UMKM di Desa Wangun Harja ini sangat bermanfaat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa dikenal sebagai UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Penggunaan teknologi digital diharapkan dapat membantu UMKM di Desa Wangun Harja untuk meningkatkan daya saing mereka. Teknologi digital dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan akses ke sumber daya dan informasi yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar global saat ini. Dengan menerapkan teknologi digital dengan baik, UMKM di desa tersebut diharapkan dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang lebih besar dalam bisnis mereka.

Saran untuk pemilik UMKM di Dusun Cicalung Desa Wangun Harja diharapkan lebih aktif dalam membuat konten di Tiktok supaya produk yang dipasarkan jangkauannya lebih luas dan akun Tiktok pemilik UMKM tidak redup akibat tidak sering membuat konten.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pertama-tama kami berterima kasih kepada :

1. Bapak Prof.Dr.H Didin Muhafidin selaku Rektor Universitas Al-Ghifari Bandung
2. Bapak Dr.H Gunawan Undang,Msi selaku ketua LPPM Universitas Al-Ghifari
3. Ibu Meiry Akmara Dhina selaku ketua pelaksana KKN MBKM 2024
4. Seluruh panitia KKN MBKM 2024 yang bertugas
5. Ibu Dr.Baiq Vera El Viera,M.Si selaku dosen pembimbing lapangan kelompok 24
6. Bapak Drs. Bambang Eko Setyowahjudi selaku Kepala Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat
7. Bapak Entar Sutarya,S.Sos selaku Kepala Desa Wangun Harja Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat.
8. Bapak Amid Santoso selaku Ketua RW Dusun Cicalung Wangun Harja
9. Bapak Ahmad selaku Ketua RT 03 Dusun Cicalung Desa Wangun Harja
10. Bapak Jajang Supardi selaku Kepala Dusun Cicalung Wangun Harja

11. Bapak Deni selaku pemilik UMKM Simping & Aromanis Amanah
12. Ibu Idas selaku pemilik UMKM Aneka Oleh-Oleh Ema Idas
13. Seluruh masyarakat Desa Wangun Harja
14. Rekan-rekan kelompok 24 KKN Universitas Al-Ghifari

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, R. (2020). No Title. *Indonesian Journal of Islamic Educational Management, Implementasi Fungsi Planning di Sekolah dalam Kerangka Manajemen Pendidikan Islam*.
- Fitriyah, P., & Nurhaeni, I. D. A. (2021). Netnography and social network analysis: Centrality actors reopening Indonesia's tourism industry in a transitional era. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(3), 257–273. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3703-15>
- Ilaihi, W., Zuhriyah, L. F., & Yusuf, Y. (2023). *Literasi Digital dalam Digital Divide bermoderasi beragama pada perempuan Madura di Daerah Tapal Kuda*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Irjayayanti, M., & Azis, A. M. (2023). ADOPTASI TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI AREA BANDUNG RAYA. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1–10.
- Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Mahardika, H., Premananto, G. C., & Irawanto, D. W. (2021). *MEMAHAMI INOVASI DISRUPTIF DARI KACAMATA SEKOLAH BISNIS*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Nasdian, F. T. (2014). *Pengembangan masyarakat*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nugraha, R., Rahman, U., Wahyuddin, N. R., & Yanti, N. E. (2024). MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETANI MELALUI PENYULUHAN PERTANIAN BERBASIS AGRIBISNIS DI DESA CENRANA KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG. *Jurnal Abdi Insani*, 11(1), 811–824.
- Rumahuru, Y. Z., Siahaya, A., Th, M., & Ambarita, J. (2021). *Transformasi Budaya Pembelajaran Era Kenormalan Baru Pasca Covid-19*. Penerbit Adab.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b*. Brawijaya Univ