

# Pemberdayaan Komunitas Muslimah Melalui Sosialisasi Website Umkm Berbasis Socio Technopreneur Dan Pendekatan Matematika Terapan

Dewi Maharani<sup>1</sup>, Dewi Anggraeni<sup>2</sup>, Siti Rahmadhani<sup>3</sup>, Bucin Ramadhani Rangkuti<sup>4</sup>

<sup>1),2),4)</sup>Departemen Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Royal, Indonesia

<sup>3)</sup>Departemen Pendidikan Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Royal, Indonesia

---

## Article Info

---

### Article history

Received : Jul 30, 2025

Revised : Aug 20, 2025

Accepted : Aug 26, 2025

---

## Abstrak

---

Komunitas Akhwat Sholehah Kisaran menghadapi tantangan dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih bergantung pada metode konvensional, sehingga membatasi jangkauan pasar dan potensi pertumbuhan. Rendahnya pemahaman pemasaran digital dan adopsi teknologi menjadi kendala utama dalam akses pemasaran dan pengelolaan keuangan yang efektif. Program ini dirancang untuk menyelesaikan permasalahan tersebut melalui dua pendekatan terintegrasi: teknologi dan matematika. Pendekatan pertama adalah sosialisasi website UMKM berbasis socio-technopreneur untuk memperluas jangkauan pasar melalui toko daring yang mudah diakses. Pendekatan kedua adalah pelatihan matematika terapan untuk meningkatkan keterampilan analisis biaya, penentuan harga, dan proyeksi laba guna mendukung pengambilan keputusan strategis. Pelaksanaan kegiatan mencakup workshop, pelatihan, dan pendampingan. Hasil evaluasi menunjukkan dampak nyata, di mana terjadi peningkatan omzet penjualan rata-rata sebesar 10-15% dalam tiga bulan pertama pasca-pelatihan, melampaui target awal sebesar 10%. Program ini memberikan kontribusi praktis berupa model pemberdayaan yang terukur dan kontribusi akademis dengan menunjukkan bahwa integrasi teknologi dan matematika terapan secara sistematis mampu meningkatkan kapasitas pengambilan keputusan strategis UMKM.

---

## Abstract

---

The Kisaran Akhwat Sholehah Community faces challenges in developing Micro, Small, and Medium Enterprises that still rely on conventional methods, thus limiting market reach and growth potential. Low understanding of digital marketing and technology adoption are major obstacles to effective marketing access and financial management. This program is designed to address these issues through two integrated approaches: technology and mathematics. The first approach is the socialization of a socio-technopreneur-based UMKM website to expand market reach through an easily accessible online store. The second approach is applied mathematics training to improve cost analysis, pricing, and profit projection skills to support strategic decision-making. The implementation of activities includes workshops, training, and mentoring. Evaluation results show a tangible impact, with an average increase in sales turnover of 10-15% in the first three months after training, exceeding the initial target of 10%. This program provides a practical contribution in the form of a measurable empowerment model and an academic contribution by demonstrating that the systematic integration of technology and applied mathematics can improve the strategic decision-making capacity of UMKM.

### Kata Kunci:

Komunitas;  
UMKM;  
Pemberdayaan Komunitas Muslimah;  
Website UMKM.

---

## Corresponding Author:

Dewi Maharani,  
Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi  
Universitas Royal  
Jl. Prof.H.M.Yamin No.173, Kisaran Naga, Kec. Kota Kisaran Timur, Kabupaten Asahan, 21222, Sumatera Utara  
Dewimaharani15@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-NC license.



## PENDAHULUAN

Semangat kewirausahaan di kalangan Komunitas Akhwat Sholehah di Kisaran merupakan modal sosial yang kuat, dengan mayoritas anggota aktif menjalankan UMKM di berbagai sektor. Meskipun demikian, potensi ini terhambat oleh tantangan signifikan seperti keterbatasan akses pasar akibat pemasaran tradisional, minimnya literasi digital, dan manajemen keuangan yang belum terstruktur. Selain itu, pengambilan keputusan bisnis seringkali masih didasarkan pada intuisi, bukan analisis data sederhana (Buci Morisson & Aula Ahmad Hafidh Saiful Fikri, 2025; Justitia et al., 2021; Nugroho et al., 2025; Zuchriadi et al., 2025). Permasalahan krusial yang dihadapi adalah keterbatasan akses pasar akibat ketergantungan pada pemasaran tradisional, minimnya literasi digital dan pemanfaatan teknologi, serta belum terstrukturnya manajemen keuangan dan operasional (Maulina et al., 2021). Selain itu, pengambilan keputusan bisnis seringkali masih didasarkan pada intuisi, bukan analisis data sederhana, karena terbatasnya keterampilan dalam menerapkan prinsip matematika terapan untuk optimasi usaha (Adi Nugroho & Sastromiharjo dan Kholid Harras, 2022; Bumdes & Mukti, n.d.).

Menanggapi tantangan tersebut, program pengabdian ini merancang solusi komprehensif yang berfokus pada dua bidang prioritas: pemasaran digital dan manajemen usaha. Untuk mengatasi kendala pemasaran, akan dilaksanakan sosialisasi dan pendampingan pembuatan website UMKM berbasis socio-technopreneur, yang bertujuan memperluas jangkauan pasar melalui toko daring yang mudah diakses. Pendekatan ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi yang mudah digunakan dan pemanfaatan media sosial secara efektif dapat memperluas pasar UMKM (Maisirata & Pelealu, 2025). Di sisi manajemen, akan diselenggarakan pelatihan matematika terapan untuk meningkatkan kemampuan analisis bisnis, seperti perhitungan biaya, penentuan harga jual optimal, dan proyeksi keuntungan. Solusi ini sejalan dengan temuan riset bahwa pelatihan keuangan praktis dan penerapan analisis dasar seperti BEP terbukti mampu meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan usaha kecil (Putra et al., 2025).

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas kewirausahaan anggota komunitas agar lebih mandiri dan berdaya saing di era digital (Hendriyani et al., 2024). Secara spesifik, program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dalam mengelola website penjualan, memperkuat kemampuan analisis bisnis melalui matematika terapan, memperluas akses pasar produk UMKM, dan menumbuhkan ekosistem kolaboratif berbasis teknologi di dalam komunitas (Arina et al., 2022). Keberhasilan program ini akan diukur melalui capaian konkret yang ditargetkan, meliputi peningkatan rata-rata omzet penjualan usaha minimal sebesar 10%, ekspansi akses pasar melalui pemanfaatan platform digital (Gustina et al., 2025). Kontribusi utama dari program ini adalah menyajikan sebuah model pemberdayaan kewirausahaan yang terukur dan berkelanjutan. Pendekatan integratif ini tidak hanya memberikan solusi teknis, tetapi juga membangun fondasi pengambilan keputusan berbasis data, yang esensial untuk keberlanjutan usaha jangka panjang dan dapat direplikasi di komunitas lain.

## METODE

Metode pelaksanaan program dirancang secara sistematis dengan kombinasi pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan. Pendekatan ini berfokus pada peningkatan kapasitas pemasaran digital melalui website dan penguatan manajemen usaha melalui matematika terapan.

### Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan program pengabdian ini dirancang secara sistematis dan terintegrasi untuk memberikan solusi komprehensif terhadap permasalahan yang dihadapi mitra (Rachmatika, 2022). Pendekatan utama yang digunakan adalah kombinasi antara pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan yang berfokus pada dua bidang prioritas: peningkatan kapasitas pemasaran digital melalui website UMKM dan penguatan manajemen usaha melalui penerapan matematika terapan (Aldo et al., 2024). Keseluruhan proses ini melibatkan partisipasi aktif dari mitra, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi, untuk memastikan solusi yang diberikan relevan dan berdampak berkelanjutan. Metode ini akan dilaksanakan melalui tiga fase utama, yaitu persiapan, implementasi inti, dan pasca-kegiatan, guna menjamin tercapainya tujuan program secara efektif (Bumdes & Mukti, n.d.; Maisirata & Pelealu,

2025).

### **Tahapan Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan untuk memastikan hasil yang optimal:

a. Tahap Persiapan dan Survei Awal:

Tahap ini dimulai dengan koordinasi bersama mitra untuk menyamakan persepsi dan jadwal. Selanjutnya, tim akan melakukan survei data primer melalui kuesioner dan wawancara langsung untuk mengidentifikasi secara spesifik kebutuhan, kendala, serta memetakan potensi setiap UMKM. Hasil dari pemetaan ini akan menjadi dasar utama dalam pengembangan modul pelatihan yang interaktif dan relevan, baik untuk materi pembuatan website maupun aplikasi matematika bisnis.

b. Tahap Implementasi Inti:

Ini merupakan tahap pelaksanaan kegiatan utama yang terdiri dari dua sesi pelatihan paralel, Seperti: (a). Workshop Pembuatan Website UMKM: Peserta akan dibimbing secara teknis untuk membangun dan mengelola toko daring mereka sendiri. Materi mencakup pemilihan platform, cara mengunggah produk dengan deskripsi menarik, manajemen pesanan, hingga teknik dasar optimasi mesin pencari (SEO) lokal. (b). Pelatihan Matematika Terapan: Sesi ini berfokus pada peningkatan kemampuan analisis bisnis, di mana peserta akan dilatih cara menghitung biaya produksi, menentukan harga jual yang optimal, menghitung Break Even Point (BEP), dan membuat proyeksi keuntungan sederhana melalui simulasi dan studi kasus nyata.

c. Tahap Pendampingan dan Monitoring:

Setelah pelatihan, tim akan memberikan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan pengetahuan yang diperoleh dapat diterapkan dengan baik. Komunikasi akan terus dijaga melalui grup konsultasi daring dan mitra didorong untuk membentuk "Tim Digital Komunitas" internal sebagai agen perubahan untuk keberlanjutan program.

d. Tahap Evaluasi dan Pelaporan:

Pada tahap akhir, akan dilakukan evaluasi untuk mengukur dampak program terhadap peningkatan kapasitas dan omzet UMKM. Hasil evaluasi ini akan dianalisis dan disusun menjadi laporan akhir serta sebuah artikel ilmiah untuk publikasi (Hendra Halim et al., 2024; Hidayat et al., 2025).

### **Mitra dan Peserta Kegiatan**

Nama Mitra dan Lokasi: Mitra dalam program pengabdian ini adalah Komunitas Akhwat Sholehah, yang berlokasi di Kisaran, Sumatera Utara. Peserta utama kegiatan adalah para anggota Komunitas Akhwat Sholehah yang merupakan pelaku UMKM aktif. Mereka menjalankan berbagai usaha dari rumah, seperti kuliner, busana muslim, dan jasa menjahit. Keterlibatan peserta bersifat aktif, mulai dari proses identifikasi kebutuhan pada tahap awal, partisipasi dalam seluruh sesi workshop dan pelatihan, hingga praktik mandiri di luar sesi formal untuk menerapkan materi yang telah diajarkan.

### **Analisis Pengukuran Keberhasilan PKM**

Keberhasilan program ini akan diukur menggunakan analisis kuantitatif yang mengandung nilai saintifik untuk memastikan objektivitas dan validitas hasil. Pendekatan yang digunakan adalah dengan membandingkan data kondisi awal (baseline) yang diperoleh dari survei primer sebelum kegiatan dengan data kondisi akhir yang dikumpulkan pada tahap evaluasi program. Indikator Kuantitatif Utama sebagai tolok ukur keberhasilan adalah peningkatan rata-rata omzet penjualan usaha peserta sebesar 10% atau lebih. Selain itu, keberhasilan juga akan diukur melalui beberapa capaian terukur lainnya, seperti: Jumlah website UMKM yang berhasil dibuat dan aktif dikelola oleh peserta, Jumlah produk yang berhasil diunggah ke masing-masing website sebagai indikator pemanfaatan platform, dan Peningkatan jangkauan pasar yang dapat diestimasi dari data interaksi atau pesanan yang masuk melalui platform digital (Justitia et al., 2021; Nugroho et al., 2025).

Nilai saintifik dari metode pengukuran ini terletak pada beberapa aspek. Pertama, evaluasi didasarkan pada analisis dampak berbasis data (data-driven impact analysis), bukan klaim anekdot.

Kedua, penggunaan target kuantitatif yang spesifik memberikan kerangka penilaian yang jelas dan terukur. Ketiga, keseluruhan metodologi dan hasil dari program ini akan didiseminasikan dalam bentuk publikasi artikel ilmiah, yang akan melalui proses peer-review dan menjadi bagian dari pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemberdayaan masyarakat (Alwasili et al., 2025; Maulina et al., 2021).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang berjudul "Pemberdayaan Komunitas Muslimah Melalui Sosialisasi Website UMKM Berbasis Socio-Technopreneur dan Pendekatan Matematika Terapan" telah berhasil dilaksanakan. Mitra kegiatan ini adalah Komunitas Akhwat Sholehah yang berlokasi di Kisaran, Sumatera Utara. Hasil dari kegiatan ini dapat diuraikan dalam bentuk peningkatan keterampilan, luaran produk digital, dan tingkat ketercapaian target yang telah ditetapkan.

### Hasil Pengabdian

#### a. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta

Luaran utama dari program ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan para anggota Komunitas Akhwat Sholehah di dua bidang prioritas. Sebelum kegiatan, mayoritas peserta masih mengandalkan pemasaran konvensional dan membuat keputusan bisnis berdasarkan intuisi. Setelah mengikuti program, terjadi peningkatan kapabilitas yang signifikan sebagai berikut: (a) Keterampilan Pemasaran Digital: Peserta yang sebelumnya belum familiar dengan platform e-commerce, kini memiliki keterampilan praktis untuk membuat dan mengelola website UMKM secara mandiri. Keterampilan ini mencakup pembuatan toko daring, mengunggah foto dan deskripsi produk yang menarik, mengatur kategori, serta menerapkan teknik dasar SEO Lokal agar mudah ditemukan konsumen di area Kisaran. (b) Keterampilan Analisis Bisnis: Peserta kini memiliki kemampuan untuk menerapkan prinsip matematika terapan dalam operasional bisnis mereka. Mereka mampu melakukan analisis biaya produksi secara akurat, menghitung (c) Break Even Point (BEP) untuk mengetahui titik impas usaha, serta menentukan harga jual yang kompetitif namun tetap menguntungkan.

#### b. Luaran Produk Digital: Website UMKM Komunitas

Kegiatan ini menghasilkan luaran berupa produk digital, yaitu website fungsional untuk UMKM peserta.





Gambar 2. Website UMKM

Spesifikasi Produk: Website yang dihasilkan dibangun menggunakan platform yang gratis dan user-friendly (seperti Google Sites atau Blogger), sehingga mudah dikelola secara mandiri oleh peserta pasca-pelatihan. Setiap website dilengkapi dengan galeri produk, deskripsi, informasi harga, serta fitur keranjang belanja dan kontak yang terintegrasi langsung dengan WhatsApp Business untuk memudahkan transaksi. Keunggulan utama dari website ini adalah biaya operasional yang rendah, kemudahan pengelolaan, dan kemampuannya untuk secara langsung memperluas jangkauan pasar di luar lingkungan lokal. Adapun kelemahannya adalah keterbatasan pada fitur e-commerce lanjutan seperti payment gateway otomatis atau manajemen inventaris yang kompleks, mengingat platform yang digunakan bersifat dasar.

c. Tingkat Ketercapaian Target Kegiatan

Seluruh target luaran yang telah ditetapkan dalam proposal berhasil dicapai, bahkan beberapa di antaranya melampaui ekspektasi. (a) Perluasan Jangkauan Pasar: Target ini berhasil dicapai 100%, di mana seluruh peserta aktif kini memiliki dan mengelola toko daring mereka sendiri, yang secara efektif memperluas akses pasar mereka ke ranah digital. (b) Peningkatan Omzet Penjualan: Target peningkatan omzet penjualan rata-rata minimal 10% berhasil tercapai. Data evaluasi akhir menunjukkan adanya peningkatan omzet rata-rata sebesar 10-15% pada tiga bulan pertama setelah website diaktifkan, melampaui target awal yang ditetapkan. (c) Publikasi Ilmiah: Target luaran ini juga telah terpenuhi dengan diserahkannya satu artikel ilmiah yang membahas metode dan hasil kegiatan ini ke Jurnal Pengabdian Masyarakat terakreditasi Sinta. (d) Publikasi ke Media Massa

**Pembahasan**

Hasil yang dicapai dalam kegiatan PkM ini sejalan dengan tujuan yang telah dirumuskan dan didukung oleh berbagai teori serta hasil penelitian yang relevan. Pembahasan mengenai peningkatan keterampilan digital dan perluasan pasar menunjukkan bahwa keberhasilan peserta dalam membuat website fungsional selaras dengan temuan riset yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan biaya terjangkau adalah faktor kunci adopsi teknologi oleh UMKM. Peningkatan omzet yang signifikan merupakan validasi dari teori bahwa kombinasi website dengan media sosial sangat efektif dalam memperluas jangkauan pasar UMKM (Hutabarat & others, 2025; Qadri & Tyana, 2024). Pelatihan fotografi produk menggunakan smartphone juga terbukti krusial, sejalan dengan penelitian yang menekankan pentingnya kualitas visual dalam keputusan pembelian daring (Mariyana et al., 2021; Perusahaan, 2024).

Selanjutnya, pembahasan terkait peningkatan kemampuan analisis bisnis mengonfirmasi bahwa pendekatan "matematika terapan" dengan studi kasus nyata lebih efektif bagi pelaku UMKM dibandingkan teori abstrak. Kemampuan peserta untuk beralih dari pengambilan keputusan berbasis intuisi menjadi berbasis data (dengan menghitung biaya, BEP, dan harga jual) merupakan fondasi penting untuk keberlanjutan usaha (Hasibuan et al., 2023; Sabrina et al., 2024). Peningkatan profitabilitas yang dialami peserta merupakan buah dari penerapan analisis biaya yang lebih akurat, yang membantu mereka dalam membuat keputusan strategis yang lebih baik (Putra et al., 2025).

Terakhir, kegiatan ini juga berhasil mendorong terciptanya ekosistem socio-technopreneurship

di dalam komunitas. Pembentukan "Tim Digital dan Keuangan Komunitas" menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya diadopsi sebagai alat individual, tetapi juga sebagai platform untuk kolaborasi dan pemberdayaan bersama. Hal ini sejalan dengan konsep socio-technopreneurship yang didukung oleh penelitian, di mana dukungan komunitas dan kolaborasi digital terbukti dapat mengakselerasi pertumbuhan UMKM secara kolektif (Sari Wulandari, Mhd. Dani Habra, 2023).



**Gambar 1:** Tim Memberikan Materi dalam Pelatihan dan Foto Bersama di Luar

Keberhasilan peserta dalam membuat website fungsional selaras dengan temuan riset bahwa kemudahan penggunaan dan biaya terjangkau adalah faktor kunci adopsi teknologi oleh UMKM. Peningkatan omzet sebesar 10-15% merupakan validasi dari teori bahwa kombinasi website dengan media sosial efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Dari sisi manajemen, peningkatan kemampuan analisis bisnis mengonfirmasi bahwa pendekatan "matematika terapan" dengan studi kasus nyata lebih efektif bagi pelaku UMKM. Kemampuan peserta beralih dari pengambilan keputusan berbasis intuisi menjadi berbasis data—dengan menghitung biaya, BEP, dan harga jual—merupakan fondasi penting untuk keberlanjutan usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan analisis biaya yang akurat membantu dalam pengambilan keputusan strategis yang lebih baik. Implikasi praktis dari program ini adalah terbentuknya ekosistem socio-technopreneurship. Pembentukan "Tim Digital dan Keuangan Komunitas" menjadi strategi keberlanjutan jangka panjang, di mana teknologi diadopsi sebagai platform kolaborasi. Hal ini sejalan dengan konsep yang didukung penelitian, di mana dukungan komunitas dan kolaborasi digital terbukti mengakselerasi pertumbuhan UMKM secara kolektif.

## KESIMPULAN

Program pengabdian ini berhasil memberikan dampak positif bagi Komunitas Akhwat Sholehah di Kisaran. Berdasarkan bukti kuantitatif, program ini berhasil meningkatkan omzet penjualan rata-rata sebesar 10-15%, melampaui target yang ditetapkan. Keberhasilan ini secara langsung divalidasi oleh luaran konkret berupa website UMKM fungsional yang kini dimiliki oleh seluruh peserta aktif, yang efektif memperluas jangkauan pasar mereka. Implikasi teoretis dari program ini adalah penguatan model pemberdayaan UMKM yang mengintegrasikan teknologi dan literasi finansial. Program ini berkontribusi pada literatur mengenai socio-technopreneurship dengan menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif membangun ekosistem bisnis yang kolaboratif dan adaptif di tingkat komunitas. Secara praktis, program ini menyediakan cetak biru bagi program serupa untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan secara terukur dan berkelanjutan. Untuk pengembangan di masa mendatang, direkomendasikan adanya pelatihan lanjutan mengenai pemasaran digital yang lebih canggih seperti iklan media sosial, penggunaan aplikasi pembukuan digital, serta peningkatan kualitas branding dan kemasan produk.

## Referensi

Adi Nugroho, R., & Sastromiharjo dan Kholid Harras, A. A. (2022). *DIMASATRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* PELATIHAN PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN DARING BAGI GURU-GURU BAHASA INDONESIA MADRASAH ALIYAH SE-JAWA BARAT. 2(2), 89-98.

- <https://ejournal.upi.edu/index.php/dimasatra>
- Aldo, D., P, A. B. R. P. A., Zen, B. P., Suleman, G., & Yasin, F. (2024). Implementasi Website Teknologi Tepat Guna Sebagai Motor Penggerak Pemberdayaan Komunitas dan Inovasi Sosial. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(8), 698–705. <https://doi.org/10.59837/dbm4wt69>
- Alwasili, A., Rahmawati, T., Rahmatullah, M. A., Febriyanti, M., & Fadila, R. (2025). Analisis Metode Pemberdayaan Komunitas Berbasis Digital melalui Youth Idea Community (YIC) Indonesia. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 830–838. <https://doi.org/10.37481/jmh.v5i2.1402>
- Arina, R., Sucipto, S., & Ishaq, M. (2022). Pendampingan Pemasaran Produk Berbasis Digital Pada Umkm Busana Muslim Di Kabupaten Gresik. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 511–518. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.3948>
- Buci Morisson, & Aula Ahmad Hafidh Saiful Fikri. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289–299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Bumdes, D. I., & Mukti, K. (n.d.). *PENDAMPINGAN PELATIHAN PENGGUNAAN WEBSITE SIABDES*. 3(2), 1–5.
- Gustina, I., Lazuardi, D., Rinaldi, M., Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, S., & Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, P. (2025). Sosialisasi strategi adaptasi UMKM ayam penyset medan hadapi dampak inflasi. *Jl. Merapi*, 18(3), 20212. [www.plus62.isha.or.id/index.php/abdimas](http://www.plus62.isha.or.id/index.php/abdimas)
- Hasibuan, U. S., Annas, F., Lubis, A. R., & Wandira, R. (2023). Optimalisasi Pemasaran Digital dengan Integrasi Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan Online. *JOVISHE : Journal of Visionary Sharia Economy*, 02(02), 356–369.
- Hendra Halim, Diana Anggraeni, Umuri, K., & Harya, T. (2024). Socio-Techopreneurship. In *t Widina Media Utama*.
- Hendriyani, I., Zusrony, E., Anzie, L. P., & ... (2024). Pelatihan Integrasi Digitalisasi Dan Komunikasi Bisnis Bagi Pelaku Umkm Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (Ipemi) Kota Semarang. *Budimas: Jurnal ...*, 06(03), 1–8. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/15445%0Ahttp://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/download/15445/6125>
- Hidayat, N., Mardiah, A., Amran, A., & Vebriansyah, V. (2025). Optimalisasi Keuntungan Penjualan Produk UMKM 'Batagor Bandung Tarakan' Dengan Metode Simpleks dan POM-QM. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 50–67. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3345>
- Hutabarat, Y., & others. (2025). Peningkatan Pendapatan melalui Strategi Pemasaran Social Media pada UMKM Kue Mak Indah Kota Bengkulu. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 4(1), 33–38. <https://jurnal.stiabengkulu.ac.id/index.php/jsm/article/view/215>
- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60–72. <https://doi.org/10.47747/jnpm.v2i2.388>
- Maisirah, P., & Pelealu, D. R. (2025). *Optimalisasi pengelolaan usaha komunitas UMKM melalui strategi pelatihan dan pendampingan berbasis kebutuhan*. 18(4).
- Mariyana, R., Zaman, B., & Rudiyanto. (2021). Pelatihan Pembuatan Pupuk Organik Cair JAKABA dari Sampah Dapur Untuk Ibu-Ibu. *Tekmulogi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 121–130.
- Maulina, P., Juliani, R., Fazri, A., & Burhanis, B. (2021). Literasi Digital Sebagai Penguatan Ekonomi Kreatif Kalangan Perempuan Nelayan Desa Rantoe Panjang Timur, Aceh Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 3(1), 109. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v3i1.3353>
- Nugroho, A. A., Pramukti, S., & Setyaningrum, R. (2025). Optimalisasi Keuntungan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pempek Cik Lin Menggunakan Model Integer Linear Programming dan Software Lingo. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(2), 1318–1326. <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i2.1279>
- Perusahaan, T. (2024). *Jurnal Pemasaran Bisnis MODERN Jurnal Pemasaran Bisnis*. 6(2), 134–148.
- Putra, T. J., Aldriani, Y., Manajemen, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., Sumatera, P., & Info, A. (2025). *Literasi keuangan pada KWT Bhakti Nagari kelurahan Silaing Atas, kota Padang Panjang*. 18(4).
- Qadri, R. A., & Tyana. (2024). Penguatan Strategi Pemasaran Digital melalui Media Sosial dan Platform Digital terhadap UMKM Sahabat Taichan Batam. *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 136–142. <https://doi.org/10.37253/se.v2i3.9151>
- Rachmatika, R. (2022). KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Penerapan Aplikasi Program Linear Dengan Menggunakan Metode Simpleks Untuk Mendukung Kegiatan UMKM. *Media Online*, 3(2), 194–202.
- Sabrina, H. L., Fahdillah, Y., Pangestu, M. G., Kartika, Y. D., & Yacob, S. (2024). Strategi Keunggulan Bersaing Umkm Brownmix: Integrasi Media Sosial Dan Inovasi Produk Dalam Studi Deskriptif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 29(2), 331–344. <https://doi.org/10.35760/eb.2024.v29i2.10587>
- Sari Wulandari, Mhd. Dani Habra, Y. S. (2023). Pengentasan Kemiskinan melalui Sociotechnopreneur. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 260–267.
- Zuchriadi, A., Wldyanto, D., Bustamam, N., Ladesvita, F., & ... (2025). Pengembangan UMKM 'Inovasi Olahan Lele'di Desa Sukadami Cikarang Selatan dengan Modernisasi Kemasan dan Pemanfaatan Teknologi Digital. *Lebah*, 18(3). <https://plus62.isha.or.id/index.php/abdimas/article/view/313%0Ahttps://plus62.isha.or.id/index.php/abdimas/article/download/313/235>