

**PERANAN KELOMPOK WANITA TANI DALAM MENINGKATKAN POTENSI
UMKM MASYARAKAT DI DESA ADIREJO**

**Vera Ismail, Rusy Dina Firjanah, Ariq Cindra Kurniawan, Millatul Azza, Atika Wibi
Audrey, Lutfi Nur Laila**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, INDONESIA

Email: veraismail@metrouniv.ac.id, rusydina271@gmail.com, fristbload3@gmail.com,
millatulazza02@gmail.com, atikaaja290@gmail.com, luthfilaila28@gmail.com

| **Diterima/Submitted:** 03 Juni 2024 | **Direvisi/Revised:** 06 Juni 2024

| **Diterima/Accepted:** 26 September 2024 | **Dipublikasikan/Published:** 27 September 2024 |

Abstract

The creative economy is the innovative ideas, skills, and talents individuals possess. The creative economy can provide prosperity and open up employment opportunities through digital marketing technology. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) can utilize digital technology as a promotional medium or what can be called digital marketing. The average community does not use digital technology as a promotional medium, and sales of MSME products are not optimal. This problem also occurred in one of the Haruma Jaya Farming Women's Groups (KWT) in Adirejo Dusun IV village which developed knitted bag products, beads, etcetra. KWT members said that old age hinders knowledge about digital promotional media. Based on these problems, socialization activities on the role of the Women's Farmer Group and training on creating a TikTok Shop were carried out to increase the potential of MSMEs in Adirejo village. The implementation of this service activity consists of several stages of methods used, including socialization, training, mentoring and evaluation. The result of this activity is the increased understanding of the Women Farmers Group (KWT) regarding digital technology which can have potential for MSMEs in Adirejo village with the Tiktok Shop.

Keywords: *creative economy, KWT, UMKM.*

Abstrak

Ekonomi kreatif merupakan ide-ide kreatif, keahlian, dan bakat yang dimiliki oleh individu.

Ekonomi kreatif dapat memberikan kesejahteraan dan membuka lapangan pekerjaan melalui pemanfaatan teknologi pemasaran digital. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi atau dapat disebut dengan digital marketing. Masyarakat rata-rata tidak memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi, dan penjualan produk UMKM tidak maksimal. Permasalahan tersebut juga terjadi di salah satu Kelompok Wanita Tani (KWT) Haruma Jaya desa Adirejo Dusun IV yang mengembangkan produk tas rajut, manik-manik, dan lain-lain. Anggota KWT mengatakan bahwa usia yang sudah tua menghambat pengetahuan mengenai media promosi digital. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan sosialisasi peranan Kelompok Wanita Tani dan pelatihan pembuatan Tiktok Shop dilakukan guna meningkatkan potensi UMKM di desa Adirejo. Implementasi kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan metode yang digunakan, diantaranya adalah sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman Kelompok Wanita Tani (KWT) mengenai teknologi digital yang dapat berpotensi pada UMKM di desa Adirejo dengan Tiktok Shop.

Kata-kata kunci: ekonomi kreatif, KWT, UMKM.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan pemahaman kognitif terhadap ide-ide kreatif, keahlian, dan bakat yang dimiliki oleh individu. Ekonomi kreatif memiliki tujuan untuk mencapai kesejahteraan dan membuka lapangan pekerjaan melalui pemanfaatan daya cipta dan daya kreasi yang mereka miliki (Firqoh Nazia, Sanusi, dan Tiyas Vika Widyastuti 2023). Pemanfaatan daya cipta dan daya kreasi dapat menjadi lapangan pekerjaan untuk mengembangkan usaha dari kreativitas yang dimiliki. Kreativitas menjalankan usaha dapat dilakukan oleh ibu rumah tangga yang mencari kegiatan tambahan untuk menghasilkan uang. Ibu-ibu rumah tangga yang memiliki keinginan untuk memiliki penghasilan tambahan rata-rata adalah masyarakat perdesaan. Masyarakat terutama kelompok wanita dapat membentuk suatu organisasi untuk mengembangkan usaha yang dijalankan bersama. Organisasi kumpulan wanita yang memiliki keinginan untuk memiliki penghasilan tambahan di suatu desa disebut dengan Kelompok Wanita Tani.

Kelompok Wanita Tani (KWT) adalah kumpulan perempuan petani yang tinggal di suatu desa.

Anggota KWT umumnya terdiri dari istri-istri petani yang ingin melakukan kegiatan lain di luar pekerjaan bertani. KWT pada umumnya mendapat perlindungan dan pemberdayaan. Pemberdayaan Petani mencakup segala upaya untuk meningkatkan kemampuan petani dalam menjalankan usaha tani yang lebih baik. Hal ini dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan, pengembangan sistem serta sarana pemasaran hasil pertanian, konsolidasi dan jaminan luas lahan pertanian, kemudahan akses terhadap ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi, serta penguatan kelembagaan petani (Ni Putu Sukanteri dkk. 2021). Kelembagaan Kelompok Wanita Tani dapat membuat usaha yang yang dapat dikembangkan melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha yang dimiliki perorangan dan badan usaha yang telah memenuhi kriteria usaha mikro. UMKM dibagi menjadi usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (Pandapotan Sitompul 2022). UMKM memiliki potensi yang cukup besar dalam meningkatkan perekonomian desa jika dikelola dengan baik. Desa dapat berkembang dengan potensi yang dimiliki masyarakat dan dikembangkan melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dipasarkan ke berbagai media sosial maupun swalayan. Pemasaran produk UMKM menjadi perananan bagi KWT dalam mengelola usaha.

Peran Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam memasarkan produknya dapat melalui platform digital. Pemasaran digital dapat menjadi inspirasi bagi para kaum wanita untuk terus tumbuh dalam memulai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pertumbuhan bisnis, persaingan dagang, dan pola pemasaran yang berpindah dari cara tradisional (offline) menjadi online dapat memberikan dampak buruk bagi para pengusaha kecil menengah yang belum dapat memanfaatkan perkembangan teknologi di desa saat ini (Margayaningsih 2020). Teknologi yang digunakan masyarakat desa rata-rata tidak memiliki jangkauan yang luas. Permasalahan tersebut terjadi di salah satu Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Adirejo.

Desa Adirejo memiliki banyak jenis UMKM yang berjalan hingga saat ini, namun pemasaran UMKM tidak memiliki jangkauan digital yang luas. Inovasi Pemasaran produk terus ditingkatkan guna memperluas jangkauan pemasaran digital. Para pelaku usaha ekonomi kreatif didesa Adirejo juga ikut memasarkan produknya melalui platform E-Commerce seperti shoppe, tiktok shop, dan tokopedia. Hal ini tentunya menjadi faktor penting mengingat di zaman yang serba digital ini hampir semua hal dapat dilakukan dengan internet. Adanya

platform E-Commerce seperti tiktok shop, shopee dan tokopedia memberikan peluang kepada para pelaku usaha karena dapat mendeskripsikan produknya lengkap dengan foto produk dan harganya. Berbagai macam kemudahan yang ditawarkan oleh E-Commerce mejadikannya sebagai penunjang ekonomi kreatif di masa sekarang. Kemudahan transaksi melalui E-Commerce menguntungkan bagi penjual dan pembeli, penjual dapat menawarkan harga barang yang lebih rendah dari pasar global dan pembeli dapat mencari harga yang lebih rendah dibanding toko lainnya (Arianto Wahyu. 2018).

Platform E-Commerce menjadi salah satu pilihan Kelompok Wanita Tani (KWT) yang berisi ibu-ibu desa Adirejo. Kelompok wanita tani adalah sekumpulan wanita yang dikelompokkan berdasarkan pekerjaan yang sama seperti petani, buruh, wira usaha dan lain lain. Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Adirejo memiliki fungsi untuk menjaga kestabilan pangan dan memberi peluang bagi kaum wanita agar dapat berwirausaha. Menurut tribudhi dalam (Maria dkk. 2024) e-commerce dapat memberikan pengaruh positif terhadap perekonomian dalam jangka panjang, dimana e-Commerce dapat menjadi penunjang pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dengan adanya Kelompok Wanita Tani (KWT) didesa Adirejo ini menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif sangat berperan dalam menunjang perekonomian. Para Kelompok Wanita Tani (KWT) ini menggunakan tiktok shop untuk memasarkan produknya.

Pemasaran produk Kelompok Wanita Tani (KWT) ini sudah cukup luas bahkan sampai keluar daerah. Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Adirejo bahkan mendapatkan penghargaan dari bupati Lampung Timur karena kontribusinya dalam menunjang perekonomian. Berbagai macam produk sudah dipasarkan melalu tiktok shop. Adapun macam macam produk yang ditawarkan seperti kerajinan tas dari manik-manik, kerajinan tas rajut yang pemasarannya sudah sampai keluar daerah Lampung. Dari hasil pemasaran produk tersebut Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Adirejo dapat membangun warung bersama untuk memastikan kebutuhan pokok masyarakat terpenuhi. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua Kelompok Wanita Tani (KWT) warung tersebut berisi bahan bahan sembako dan bahan pokok sehari hari yang akan dijual kembali dengan masyarakat dengan harga yang lebih murah dari harga pasar. Selain itu masyarakat tidak perlu risau apabila tidak memiliki uang untuk membayar karena memperbolehkan sistem BON yakni membayar apabila sudah memiliki uang dikemudian hari.

Pembangunan warung bersama tersebut tentunya sangat berdampak positif terhadap masyarakat sekitar. Bahkan hasil keuntungan dari warung bersama dan pemasaran produk hasil kreativitas Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Adirejo dapat digunakan untuk membangun taman baca dan taman bunga. Hal ini sangat menguntungkan bagi anak-anak yang suka meluangkan waktunya untuk membaca dan dapat menjadi tempat mencari inspirasi bagi wanita desa Adirejo yang ingin memulai berwirausaha. Kelompok Wanita Tani (KWT) diharapkan dapat menunjang pemberdayaan ekonomi melalui kontribusinya dalam mencapai kemandirian ekonomi (Evendi dan Suryadharma 2020).

Kontribusi yang diberikan Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Adirejo telah menyelamatkan banyak kaum wanita dari pengangguran. Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Adirejo membuka lapangan pekerjaan bagi wanita yang ingin ikut membuat kerajinan tas dan produk sejenis lainnya. Selain sektor ekonomi kreatif Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Adirejo juga memiliki koperasi simpan pinjam yang bertujuan untuk membantu masyarakat untuk memulai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan permasalahan tersebut sosialisasi dan pelatihan peranan Kelompok Wanita Tani (KWT) sangat berpengaruh untuk meningkatkan potensi UMKM di desa Adirejo.

Pemanfaatan media online telah menjadi salah satu cara efektif untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di era digital ini. Dengan akses yang lebih luas terhadap internet, masyarakat dapat memanfaatkan platform-platform online untuk memperluas peluang bisnis, mengembangkan usaha kecil menengah (UKM), serta membuka akses ke pasar yang lebih besar, baik lokal maupun global. E-commerce, misalnya, memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk menjual produk mereka secara langsung kepada konsumen tanpa dibatasi oleh lokasi geografis (Alhadi A dkk, 2023; Maulani D dkk, 2023; Jaenudin J dkk, 2023). Selain itu, media online juga memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam ekonomi digital melalui aktivitas seperti perdagangan online, layanan freelance, atau penyediaan jasa secara virtual. Banyak individu yang memanfaatkan platform-platform freelance atau marketplace digital untuk menawarkan keterampilan atau layanan mereka, mulai dari desain grafis, penulisan, hingga jasa konsultasi. Dengan demikian, media online membuka lebih banyak peluang untuk bekerja secara fleksibel, bahkan dari rumah, yang sangat membantu mereka yang mungkin memiliki keterbatasan akses ke pekerjaan formal (Novianto D dkk, 2023; Yanuarsyah I dkk 2024; Ramadhany T, Maulani D, 2024).

Tak hanya itu, media sosial juga berperan penting dalam pemasaran digital. Banyak pelaku usaha, baik kecil maupun menengah, menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, membangun merek, dan berinteraksi dengan pelanggan secara lebih langsung. Media sosial menawarkan platform yang murah namun efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen (Riani D dkk, 2024; Aminda R dkk, 2024).

METODOLOGI PENELITIAN

1. Penjelasan Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat diselenggarakan di Balai Desa Adirejo Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur, tepatnya di Jl, Kamboja. Peserta sosialisasi dan pelatihan terhadap ibu-ibu anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) berjumlah 15 orang. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan mengedukasi akan pentingnya pemasaran digital melalui berbagai platform khususnya instagram dan tiktok sebagai media promosi. Pemasaran digital dikenal dengan berbagai istilah lain yang memiliki makna serupa, seperti pemasaran online, pemasaran Internet, dan pemasaran web (Elida dan Ari Raharjo 2019).

2. Kondisi Pengkajian

Pembentukan referensi pada saat melakukan pengkajian dimulai dari awal sampai pencapaian final pengkajian yang diinginkan. Kondisi pengkajian dimohonkan untuk mempermudah pengerjaan pengkajian & kerancuan untuk memperoleh arah yang dicapai. Kegiatan Pengabdian masyarakat ini memberikan Pembelajaran Digital *E-Commerce* untuk meningkatkan kemampuan pemasaran produk bagi ibu-ibu anggota Kelompok Wanita Tani (KWT). Berdasarkan uraian di atas, pengabdian masyarakat di bidang sosialisasi dan pelatihan memiliki manfaat dalam meningkatkan potensi kemajuan UMKM di desa Adirejo. Berikut dokumentasi kegiatan di lokasi pengabdian masyarakat. Berikut dokumentasi kegiatan di lokasi pengabdian masyarakat



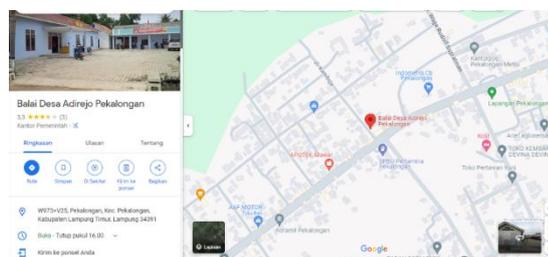
Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital *e-commerce* ibu-ibu KWT dalam meningkatkan potensi UMKM desa Adirejo



Gambar 2. Ruangannya Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Lokasi mitra berada di Jl, Kamboja Desa Adirejo, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur. Link alamatnya adalah sebagai berikut

<https://maps.app.goo.gl/4AG8KCg3ipJW64Fi9>



Gambar 3. Peta Lokasi Balai Desa Adirejo Pekalongan

Kegiatan Pengabdian masyarakat ini memberikan Pembelajaran Digital *E-Commerce* untuk meningkatkan kemampuan pemasaran produk bagi ibu-ibu anggota Kelompok Wanita Tani (KWT). Permasalahan yang saat ini dihadapi oleh ibu-ibu anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) adalah Kurangnya pengetahuan dalam penggunaan media sosial untuk promosi

khususnya aplikasi TikTok, karena pada saat ini era digital yang dikenal banyak orang adalah TikTok. Berdasarkan permasalahan tersebut, aplikasi TikTok dapat digunakan sebagai aplikasi untuk memasarkan UMKM melalui Digital *E-Commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, KKN Iain Mero mengadakan sosialisasi mengenai peranan kelompok wanita tani dalam meningkatkan potensi umkm masyarakat di desa adirejo untuk mengembangkan UMKM melalui Digital *E-Commerce*. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pelatihan mengenai cara menggunakan aplikasi TikTok untuk mengembangkan pemasaran dengan jangkauan yang luas.

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 27 Mei 2024 yang bertempat di Balai Desa Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Kegiatan ini langsung ditujukan kepada ibu-ibu anggota Kelompok Wanita Tani (KWT). Kegiatan ini berupa sosialisasi mengenai peningkatan potensi UMKM masyarakat Desa Adirejo. Penyampaian materi terkait digital marketing dan jenis pemasaran digital. Kemajuan teknologi dan tingginya penetrasi smartphone memudahkan perusahaan untuk menjalankan strategi pemasaran melalui media seluler, menjangkau target pasar yang lebih luas dengan lebih mudah. Dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan media sosial dan pembuatan konten Tiktok. Tim pengabdian masyarakat memberikan materi tentang penggunaan Tiktok sebagai salah satu media pemasaran digital, termasuk cara membuat akunnya. Tim juga menjelaskan cara membuat konten promosi agar mudah fyp dan dilihat oleh pengguna Tiktok serta cara mendaftar Tiktok Affiliate

Media yang digunakan dalam pelatihan ini adalah laptop dan *PowerPoint*. Setelah ibu-ibu anggota KWT mendapatkan materi, ibu-ibu anggota KWT akan langsung mempraktikkan fitur-fitur yang ada pada aplikasi TikTok. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjumlah kurang lebih sebanyak 15 peserta. Berikut adalah rundown acara kegiatan pengabdian masyarakat di Balai Desa Adirejo Kecamatan Pekalongan:

Tabel 1. Rangkaian Acara Pengabdian Kepada Masyarakat

Waktu	Kegiatan	Pelaksana
-------	----------	-----------

Senin, 27 Mei 2024		
07.30–09.00	Santiaji Panitia	Panitia
09.00–09.45	<ol style="list-style-type: none">1. Pembukaan2. Tilawah Al-Qur'an3. Menyanyikan Lagu Indonesia Raya4. Sambutan<ul style="list-style-type: none">- Ketua Pelaksana (Saudara Ariq Cindra K)- DPL KKN IAIN Metro (Ibu Vera Ismail, M.E.)- Kepala Desa Adirejo (Bpk. Mardiono)5. Doa	Panitia +Peserta
09.45–10.30	Materi 1: Pengembangan Ekonomi Kreatif KWT	Ibu Suharyati
10.30–11.15	Materi 2: Potensi UMKM KWT	Vera Ismail.M,E
11.15–12.00	Materi 3: Pembiayaan Syari'ah	Rahmad Wahyudi
12.00–12.15	Materi 4: Simulasi <i>E-commerce</i>	Asmarita
12.15–Selesai	Penutup	Panitia + Peserta

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan sosialisasi peranan Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam meningkatkan potensi UMKM masyarakat di desa adirejo adalah penggunaan media sosial khususnya TikTok dapat mengembangkan pemasaran UMKM dari produk Kelompok Wanita Tani (KWT). Kemudahan yang diperoleh dari media sosial khususnya TikTok dapat melancarkan penghasilan yang di peroleh ibu-ibu anggota KWT. Berdasarkan uraian tersebut, peranan Kelompok Wanita Tani (KWT) sangat berpengaruh terhadap kemajuan UMKM didesa Adirejo.

DAFTAR PUSTAKA

Arianto Wahyu., Solihin rijalus muhammad. Khasanah fitri dina. 2018. "KEUNGGULAN SOSIAL MEDIA DALAM PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF ERA DIGITAL DI INDONESIA

Azizah, Siti Nur. 2017. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus

Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta).” APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama

Elida, dan Ari Raharjo. 2019. Pemasaran Digital. Cet I. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

Evendi, Arviana Ahmad, dan Prayoga Suryadharma. 2020. “Peran Kelompok Wanita Tani Dalam Perekonomian Masyarakat Desa Neglasari Kabupaten Bogor.” Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)

Firqoh Nazia, Sanusi, dan Tiyas Vika Widyastuti. 2023. Perlindungan Kekayaan Intelektual terhadap Produk Ekonomi Kreatif. Cet I. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.

Margayaningsih, Dwi Iriani. 2020. “Peran Kelompok Wanita Tani di era milenial.” Publiciana

Maria, Vera, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sultan, dan Ageng Tirtayasa. 2024. “Analisis Peran Tiktok Shop dalam Mendorong Ekonomi UMKM di Indonesia”

Ni Putu Sukanteri, Yenny Verawati, Ni Made Sri Mahayani, I Gusti Ayu Diah Yuniati, dan I Made Suryana. 2021. Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas: Suatu Aktualisasi Perempuan Desa Megati. Bali: PT Pustaka Pilar Utama.

Pandapotan Sitompul. 2022. “Digitalisasi Marketing UMKM.” Seminar Nasional Manajemen dan Akuntansi, no. Vol. 1 No. 1 (2022): Tahun 2022

Wahyuningsih, Sri, dan Dede Satriani. 2019. “Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi.” IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita 8 (2): 195–205. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna>.

Widayati, Agustinah Ferdianti. 2019. “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MAKANAN RINGAN KRIPIK SINGKONG DI KABUPATEN SAMPANG”

Alhadi, A., Riani, D., & Afrianto, Y. (2023). SISTEM INFORMASI PERSEDIAAN BARANG SEDERHANA PT. WISEMAN MULIA SEJAHTERA DENGAN APLIKASI BARANG DAN PERSEDIAAN BERBASIS ANDROID. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 1(1), 31-39. doi:10.32832/jpmuj.v1i1.1671

Maulani, D., Wulandari, A., Octaviani, N., & Sukaesih, P. (2023). PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA KELOMPOK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DESA SUKAJADI. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 1(2), 53-63. doi:10.32832/jpmuj.v1i2.1905

Jaenudin, J., Afrianto, Y., & Firdaus, Y. (2023). LAYANAN PEMERIKSAAN DAN PENGUMPULAN DATA KESEHATAN SISWA-SISWI KELAS VI BERBASIS SISTEM INFORMASI MENGGUNAKAN METODE FUZZY TSUKAMOTO. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 1(3), 93-105. doi:10.32832/jpmuj.v1i3.1914

Novianto, D., Syaiful, S., & Aminda, R. (2023). DAMPAK PEMBANGUNAN HOTEL CIBINONG CITY MALL TERHADAP PERUBAHAN KONDISI SOSIAL DAN EKONOMI MASYARAKAT RW 04 PAKANSARI CIBINONG. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 1(3), 113-123. doi:10.32832/jpmuj.v1i3.1917

Yanuarsyah, I., Purnomo, M., & Kamilah, N. (2024). DIJITALISASI E-COMMERCE WARUNG SAYUR IBU ECIH BERBASIS ANDROID. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 2(1), 33-43. doi:10.32832/jpmuj.v2i1.1947

Ramadhany, T., & Maulani, D. (2024). PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ROTI AFIKA SARI. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 2(2), 137-146. doi:10.32832/jpmuj.v2i2.2268

Riani, D., Ajmilah, W., Falma, N., & Afrianto, Y. (2024). GERAKAN LITERASI KEUANGAN MELALUI MEDIA MENABUNG SEJAK DINI. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 2(2), 147-160. doi:10.32832/jpmuj.v2i2.2271

Aminda, R., Aminda, A., & Rizki, M. (2024). ANALISA CAPAIAN PELAKSANAAN PEKERJAAN LAYAK DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DALAM SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS) DI KABUPATEN BOGOR. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya, 2(2), 190-207. doi:10.32832/jpmuj.v2i2.2279