

Pelatihan UMKM dalam Efektivitas Pembuatan Konten Promosi dengan Prompt Chat GPT dan Canva

Training for MSMEs on Effective Promotional Content Creation Using ChatGPT Prompts and Canva

Catur Nugroho *

Syahid Abdullah

Cian Ramadhona Hassolthine

Riad Sahara

Muhammad Ikhwan Saputra

Abdul Azzam Ajhari

*Distance Learning Department of
Informatics, Asia Cyber University,
Indonesia

email:

Caternugroho@lecturer.unsia.ac.id

Kata Kunci

Digital Marketing

Sosial Media

Chat GPT

Promosi

Marketing

Keywords:

Digital Marketing

Social Media

GPT Chat

Promotion

Marketing

Received: February 2026

Accepted: March 2026

Published: July 2026

Abstrak

Perkembangan Teknologi membantu memaksimalkan kebutuhan manusia yang perlu dimanfaatkan bagi para pelaku UMKM, namun para pelaku UMKM sebagai masih menghadapi tantangan dalam aspek inovasi, *branding*, pemasaran digital. Tujuan kegiatan program pengabdian masyarakat ini, memberikan pelatihan untuk para pelaku UMKM di desa tarumajaya kecamatan kertasari. Dengan pemanfaatan "prompt" Chat GPT dan penggunaan *Canva* yang akan di tergetkan dapat membuat desain promosi dan konten promosi dalam upaya meningkatkan promosi dengan pemasaran dimedia sosial maupun *E-commers*. Dari adanya program Pengabdian Kepada Masyarakat memiliki manfaat untuk meningkatkan kemampuan peserta UMKM dalam penggunaan Chat GPT dan *Canva* yang mudah dipahami dan digunakan sebagai konten promosi. Sehingga seluruh peserta dapat mengembangkan dasar *marketing*, promosi dan *branding* dari penggunaan Chat GPT dan *Canva*.

Abstract

Technological developments help meet human needs that UMKM must utilize, but some UMKM still face challenges in innovation, branding, and digital marketing. The purpose of this community service program is to provide training for UMKM in Tarumajaya Village, Kertasari District. By utilizing Chat GPT "prompt" and the use of *Canva*, the target can create promotional designs and promotional content in an effort to increase promotions through marketing on social media and *E-commerce*. The Community Service program benefits UMKM participants by improving their skills in using ChatGPT and *Canva*, making promotional content easy to understand and use. So that all participants can develop the basics of marketing, promotion, and branding from the use of Chat GPT and *Canva*.



© 2026 Catur Nugroho, Syahid Abdullah, Cian Ramadhona Hassolthine, Riad Sahara, Muhammad Ikhwan Saputra, Abdul Azzam Ajhari. Published by [Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya](#). This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i7.12235>

PENDAHULUAN

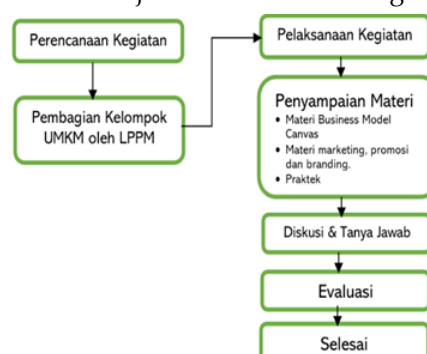
Pelaku usaha kecil, usaha menengah, dan bisnis mikro menjadi salah satu penopang perkembangan ekonomi di Indonesia (Nabila *et al.*, 2025). Pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dikelola dengan benar merupakan strategi kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia yang inklusif dan berkelanjutan, khususnya di era ekonomi digital yang sarat akan disrupsi teknologi (Rahayu *et al.*, 2025). UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi lokal, namun masih menghadapi tantangan pada aspek inovasi, *branding*, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan. Pelatihan pemasaran digital untuk pelaku UMKM akan semakin mandiri dan menyadari pentingnya inovasi untuk keberlanjutan usaha (Harini *et al.*, 2025). UMKM mempunyai potensi besar diberbagai daerah yang dapat bersaing di pasar lokal maupun nasional. Namun, permasalahan yang dihadapi mitra UMKM adalah

How to cite: Nugroho, C., Abdullah, S., Hassolthine, C. R., Sahara, R., Saputra, M. I., Ajhari, A. A. (2026). Pelatihan UMKM dalam Efektivitas Pembuatan Konten Promosi dengan Prompt Chat GPT dan Canva. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(7), 2126-2133. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i7.12235>

manajemen pemasaran, terutama pada aspek digital *marketing*, *branding*, dan inovasi promosi (Risnawati *et al.*, 2025). *Branding* produk dan digital *marketing* menjadi sangat penting bagi para pelaku UMKM di era modern ini agar produk mereka memiliki identitas yang melekat dan dapat dipasarkan secara lebih luas, digitalisasi ini tidak hanya meningkatkan kemandirian pelaku UMKM tetapi juga memberdayakan ekonomi digital (Alfarisi *et al.*, 2025). Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk kecerdasan buatan, telah membuka peluang baru dalam strategi pemasaran yang lebih efisien, personal, dan berbasis data. (Septa Intiar *et al.*, 2025). Memanfaatkan *platform* digital dengan menggunakan teknik penulisan konten yang menarik, mengoptimalkan penggunaan media sosial, menciptakan konten promosi dapat membuka keterbatasan akses pasar terhadap pasar yang lebih luas, dalam pemasaran digital yang efektif (Hanun *et al.*, 2025). Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas promosi produk mereka. Pemanfaatan teknologi terbaru, khususnya kecerdasan buatan (AI), pemanfaatan teknologi AI untuk pembuatan konten promosi produk agar dapat lebih menarik dan sesuai dengan tren pemasaran digital, sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien (Khoir *et al.*, 2025). Pemasaran produk dengan membuat konten promosi dapat dilakukan dengan bantuan kecerdasan buatan agar menarik dengan memperhatikan tema, pemilihan gambar, pencahayaan, kata-kata pada konten yang dibuat (Perkasa *et al.*, 2025). Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dan *platform* desain grafis seperti *Canva* telah menjadi elemen penting dalam strategi promosi di era digital saat ini. Pemanfaatan keduanya dapat menghasilkan materi promosi yang lebih efektif dan inovatif (Nirmala *et al.*, 2024). Desa Tarumajaya merupakan desa yang awalnya adalah pemekaran dari Desa Cibeureum Kecamatan Kertasari tahun 1979, berada di Kabupaten Bandung yang rata-rata berprofesi sebagai petani, buruh serta pelaku wirausaha (Priatna, 2022). Salah satu daerah yang memiliki potensi sumber daya alam yang tinggi, khususnya di sektor pertanian dan perkebunan kopi (Setiana *et al.*, 2025). Tujuan kegiatan program pengabdian masyarakat ini, memberikan pelatihan untuk para pelaku UMKM di desa tarumajaya kecamatan kertasari. Dengan pemanfaatan “*prompt*” AI dan penggunaan *Canva* yang akan di tergetkan dapat membuat desain promosi dan konten promosi dalam upaya meningkatkan promosi dengan pemasaran di era digital dengan media sosial maupun *E-commers* (Susilowati *et al.*, 2022). Adanya pelatihan ini didasarkan pada permasalahan sebagian besar para pelaku UMKM di desa tarumajaya kecamatan kertasari belum bisa menggunakan teknologi AI dan *Canva* sebagai media pemasaran yang tepat untuk strategi pemasaran media sosial dan *Ecommerce*, sehingga dengan adanya pelatihan ini dapat membuat promosi sendiri dan meningkatkan penjualan dan nilai tambah UMKM di desa tarumajaya kecamatan kertasari.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat pada para pelaku UMKM di desa tarumajaya kecamatan kertasari Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Merupakan desa hulu sungai Citarum dengan luasnya perkebunan teh & kopi, kegiatan dilakukan dengan secara langsung di pusat pelatihan PT. PP London Sumatra Tbk (Lonsum). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut diadakan pelaksanaannya pada tanggal 25 September 2025, acara dimulai pukul 13.30 hingga pukul 17.30 WIB. Metode pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang ditunjukkan pada gambar 1, tahapan tersebut dijelaskan antara lain sebagai berikut :



Gambar 1. Alur metode pelaksanaan.

Tahap awal pelaksanaan program kerja ini dimulai dari Perencanaan yang di gagas oleh tim LPPM unsia dengan bekerja sama dengan kelompok PKK desa tarumajaya untuk dapat menyelenggarakan acara, perencanaan disusun secara matang, selanjutnya pembagian kelompok UMKM oleh LPPM untuk mengikuti pelatihan yang sesuai dengan keperluan dalam mengembangkan usaha oleh pelaku UMKM. Tahapan berikutnya dengan melaksanakan Program pengabdian masyarakat pada para pelaku UMKM di desa tarumajaya kecamatan kertasari. dengan pembukaan acara dari pihak dosen dan mahasiswa Unsia, dan dihadiri perangkat pemerintahan di tingkat desa dan kelurahan desa tarumajaya kecamatan kertasarie, dan didukung dari manajemen PT. PP London Sumatra Tbk (Lonsum).



Gambar 2. Pembukaan acara dihadiri perangkat pemerintahan dan manajemen PT. Lonsum.

Tahapan Selanjutnya penyampaian materi dalam sesi kegiatan pelatihan ini dimulai pukul 14.30 hingga pukul 17.00, dihadiri 40 peserta para pelaku UMKM yang telah memiliki usaha dengan dibagi menjadi 2 kelompok yang diberi nama kelompok 1 dan kelompok 2 yang masing-masing terdiri dari 20 peserta. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui ceramah, praktek dan diskusi.



Gambar 3. Peserta pelaku UMKM.

Tahapan akhir dari serangkaian kegiatan ini dengan melakukan diskusi & tanya jawab serta melakukan evaluasi terkait dengan materi dan praktik, hal ini untuk mengetahui capaian keberhasilan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dijalankan dan kegiatan ini ini yang berakhir pukul 17.30. Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdapat beberapa susunan kegiatan yang diisi oleh beberapa narasumber dan penyajian materi, berikut ini susunan kegiatan yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel I. Acara Pelaksanaan kegiatan PKM.

Alur Kegiatan	Jenis kegiatan	Pengisi Acara / Narasumber
Pembukaan acara 13.30 – 14.15	Susunan acara Pembukaan Sambutan dari Tim LPPM Sambutan dari Warek Unsia Sambutan dari perangkat desa tarumajaya Sambutan dari perwakilan PT. Lonsum	Ka.Biro LPPM Unsia Bapak Ir. Abdul Wahab Bangkona, M.Sc Kepala Desa Terumajaya Perwakilan manajemen PT. Lonsum
Pembahasan Materi oleh narasumber. 14.30 – 16.45	Materi Mengembangkan usaha Materi pengembangan dasar <i>marketing</i> Materi pemanfaatan AI dan <i>Canva</i> untuk UMKM. Praktek pemanfaatan AI dan <i>Canva</i> untuk UMKM.	Cian Ramadhona Hassolthine Syahid Abdullah Riad Sahara Catur Nugroho
Penutup Kegiatan 16.45-17.00	Tanya Jawab dan diskusi dengan peserta. Evaluasi Kegiatan Acara	Muhammad Ikhwani Saputra, Abdul Azzam Ajhari, Mahasiswa & Team PKM Unsia

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan materi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjelaskan secara teoritis mengenai dasar dalam mengembangkan usaha, selanjutnya memberikan penjelasan materi dasar *marketing*, promosi dan *branding*, dan pemanfaatan AI dan *Canva* untuk promosi digital *marketing* dan praktek pengoperasian AI dan *Canva*, serta diskusi. Berikut penjelasan metode kegiatan pelatihan yang diberikan :

1. Materi Mengembangkan usaha (*Business Model Canvas*)

Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pemaparan melalui ceramah mengenai betapa pentingnya UMKM harus memahami *Business Model Canvas* (BMC). Ceramah menggunakan pemahaman materi presentasi yang mencakup pembelajaran yang lebih detail tentang bagaimana diorganisasikan mengembangkan bisnis pada sektor UMKM, *Canvas* membantu untuk merencanakan langkah- langkah strategis dengan lebih baik dalam menjalankan UMKM.



Gambar 4. Pemberian materi dasar Mengembangkan usaha.

2. Materi pengembangan dasar *marketing*, promosi dan *branding*.

Pada kegiatan ini dilakukan dengan memahami permasalahan yang dialami oleh UMKM di desa tarumajaya kecamatan kertasari yaitu kurangnya pemahaman dalam cara penggunaan *marketing* secara digital dengan menjalankan secara efektif, membuat konten promosi yang mudah, dan mengembangkan *branding* hingga dapat diterima oleh pelanggan lama ataupun pelanggan baru. Sehingga fokus memberikan materi dasar *marketing* digital dan strategi pemasaran perlu di organisir dalam melakukan analisis pada target pasar, dan penggunaan sosial media dari cara install dan membuat akun. Ceramah ini menyampaikan pembuatan konten promosi agar dilakukan dengan mudah dan dapat di buat sendiri oleh peserta. Materi yang disampaikan untuk membantu UMKM pembuatan promosi, mempermudah pembuatan konten promosi, serta dapat menjawab interaksi – interaksi secara langsung, dapat membedakan dengan pesaing lain dari tampilan desain, serta dapat meningkatkan daya tarik bagi pelanggan lama ataupun baru yang lebih natural.



Gambar 5. Materi *marketing*, promosi dan *branding*.

3. Praktek pemanfaatan AI dan *Canva* untuk UMKM.

Selama kegiatan ceramah di mulai dari awal, pembahasan yang disampaikan dimengerti oleh peserta sehingga dilanjutkan dengan praktek dengan menggunakan Chat GPT dan *Canva*. Peserta diinstruksikan menggunakan perangkat *smartphone* yang memiliki akun terhubung dengan email masing - masing. Penggunaan *prompt* pada Chat GPT diberikan petunjuk untuk dimanfaatkan dalam mengembangkan ide- ide dalam pembuatan konten kata-kata dan visual yang menarik berbasis *text* dengan kecerdasan buatan (AI).



Gambar 6. Penyampaian materi praktek ke peserta.

Penggunaan *Canva* digunakan dalam membuat visual desain dasar seperti poster, logo, dan tampilan menjadi menarik perhatian. Dengan panduan langkah - langkah penggunaan yang disiapkan agar mendapatkan hasil yang sangat efektif dalam praktek yang dilakukan. Praktek dilakukan dengan menggunakan perangkat *smartphone* yang sudah disiapkan dan dimiliki oleh peserta dengan memberikan instruksi sesuai panduan. Dengan memberikan panduan untuk menginstall tool yang digunakan dan mengabungkan dengan akun yang dimiliki, peserta dapat mengikuti alur praktek pelatihan dalam kegiatan yang berjalan.



Gambar 7. Peserta menggunakan Aplikasi.

Sehingga dengan adanya praktek menggunakan kedua *platform* tersebut peserta dapat dengan mudah mengoperasikan dan dengan mudah membuat konten – konten yang di ciptakan. Konten yang dibuat peserta UMKM diharapkan dapat diupload di sosial media secara rutin, dengan menambahkan awareness, memberikan edukasi, juga menyertakan review dari pelanggan yang telah membeli.dd.

4. Tanya Jawab dan diskusi dengan peserta

Kegiatan tanya jawab dilakukan untuk memberikan motivasi agar timbul keberanian dari peserta untuk memberikan pertanyaan yang belum dimengerti ataupun hal detail yang dimengerti dan perlu diberikan respon untuk menjawab pertanyaan peserta hal ini dilakukan selama proses kegiatan berjalan. Tanya jawab terhadap peserta untuk mengetahui antusiasme peserta terkait materi – materi yang disampaikan dalam kegiatan yang dilakukan. Dari beberapa pertanyaan yang diberikan peserta dapat diberikan jawaban – jawaban yang membuat peserta lebih memahami materi dengan sangat baik.



Gambar 8. Tanya Jawab dan diskusi.

Dengan penjelasan dari permulaan kegiatan yang dilakukan dengan ceramah melalui materi yang menjelaskan dasar pengembangan usaha, materi dasar *marketing*, promosi dan *branding*, pemanfaatan dan praktek pelatihan AI dan *Canva* untuk promosi melalui digital *marketing*, serta adanya diskusi dengan peserta memperlihatkan pentingnya kegiatan ini terutama untuk mengembangkan usaha UMKM dan menarik perhatian dengan konten para pelanggan baru dan dapat mempertahankan pelanggan lama.

5. Evaluasi Pelatihan

Tahapan ini diakhiri dengan pengambilan kesimpulan dilakukan dengan pengisian form melalui *Gform* yang dibagikan ke peserta untuk diisi dengan menggunakan indikator penilai materi dan praktik yang disajikan pada tabel 2, peserta mengisi data diri dan menjawab 6 pertanyaan inti yang tertulis. Evalausi hasil kegiatan ini ditunjukkan pada tabel 2 sebagai berikut :

Tabel II. Evaluasi Peserta pada kegiatan PKM.

Indikator Penilaian Materi &Praktik				
No	Pemahaman Praktik	Paham	Kurang	Tidak
1	Dapat memahami pengunaan Chat GPT dan <i>Canva</i> .	20	0	0
2	Peserta dapat mengandalkan Chat GPT dan <i>Canva</i> untuk promosi	19	1	0
3	Menguasai pengoperasian Chat GPT dan <i>Canva</i> melalui perangkat	16	2	2
4	Melalui Chat GPT & <i>Canva</i> akan direkomnedasikan peserta	19	1	0
5	Melalui ChatGPT dan <i>Canva</i> digunakan sesuai kebutuhan	18	2	1
6	Selama menggunakan ChatGPT dan <i>Canva</i> Tidak ada kendala	16	3	1

Pada tabel 2 diatas menjelaskan Evaluasi Peserta pada kegiatan PKM, indikator penilaian ini terdiri dari pertanyaan Penilaian ini dihitung berdasarkan jumlah peserta dan tingakt pemahanan peserta melalui 3 jawaban “paham”, “kurang”, dan “tidak”. Secara kuisioner jawaban dari peserta di dapat hasil sebagai berikut : Pada pertanyaan (1) Dapat memahami penggunaan Chat GPT dan *Canva*, keseluruhan perserta sebanyak 20 orang menjawab paham. Pada pertanyaan (2) Peserta dapat mengandalkan Chat GPT dan *Canva* untuk promosi didapat jawaban 19 paham, 1 kurang paham, (3) Menguasai pengoperasian Chat GPT dan *Canva* melalui perangkat didapat jawaban 16 paham, 2 kurang paham, 2 Tidak. (4) Chat GPT dan *Canva* akan direkomnedasikan peserta untuk lainnya orang lain didapat jawaban 19 paham, 1 tidak paham , (5) ChatGPT dan *Canva* digunakan sesuai kebutuhandidapat jawaban 18 paham, 2 tidak, Pertanyaan (6) Selama menggunakan ChatGPT dan *Canva* Tidak ada kendala didapat jawaban 16 paham, 3 kurang, 1 Tidak. Untuk peserta yang kurang paham akan diberikan pembekalan materi dengan penjelasan ulang. Evaluasi tersebut menunjukan bahwa penilaian kegiatan ini telah berhasil dilaksanakan, secara efektif dengan pertimbangan waktu dan pembawa materi yang jelas untuk mendukung tingkat keberhasilan kegiatan ini, dari penyelenggaraan acara secara keseluruhan dapat berjalan secara tertib dan lancar, sehingga pelaksanaan tidak ada kendala.

KESIMPULAN

Adanya program Pengabdian Kepada Masyarakat memiliki manfaat untuk meningkatkan kemampuan peserta UMKM dalam penggunaan Chat GPT dan *Canva* yang mudah dipahami, untuk dapat digunakan dalam membuat konten promosi. Dari evaluasi yang dilakukan peserta dapat memahami penggunaan Chat GPT dan *Canva* yang disampaikan oleh penyaji materi, penggunaan Chat GPT dan *Canva* dipraktekan dengan sangat efektif oleh tim PKM usia yang telah membantu terlaksananya kegiatan ini karena sudah mempersiapkan panduan langkah – langkah penggunaan tool dan aplikasi. Sehingga seluruh peserta dapat memahami cara menggunakan penggunaan Chat GPT dan *Canva* sebagai media pemasaran dan promosi yang efektif untuk dilakukan di desa tarumajaya kecamatan kertasari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada peserta serta pihak pemerintahan di tingkat desa dan beserta jajaran dan peserta yang mengikuti kegiatan selama berlangsung, serta kehadiran perwakilan manajemen PT PP London Sumatra Tbk (Lonsum) yang bersedia memberikan tempat pelatihan, Civitas Akademik Universitas Siber Asia atas bimbingan, motivasi yang diberikan sehingga acara dapat terlaksana.

REFERENSI

- Alfarisi, R., Khoiroh, A. U., Rahman, M., Riqqoh, H. S., & Syihabuddin, A. (2025). Penguatan *Branding* Produk dan Digital *Marketing* UMKM Kopi Desa Tiris. 16. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v16i2.20601>
- Harini, S., Afif, M. N., Sya'baniah, N., Shintya, D., Oktaviani, A. T., & Wahyuningtias, R. (2025). Inovasi Kreatif UMKM Desa Sukatani: Membangun Identitas dan Peluang Baru. 16. <https://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas/article/view/24864/10779>
- Nabila, P. M. A., & Prastiwi, L. F. (2025). Pemberdayaan Pelaku UMKM melalui Sosialisasi Program Njagong Bareng di Kota Batu. 16. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v16i1.19387>
- Nirmala, E., Mulyati, S., & Mulyoto, A. (n.d.). Pemanfaatan Ai Dan *Canva* Untuk Promosi Dalam *Ecommerce*. 3(1). <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/article/view/1297>

- Perkasa, L. D. K. P., Ayuni, N. R. L., & Hermawan, H. (2025). Efektivitas Pembuatan Konten Promosi dengan Bantuan Artificial Intelligence (AI) dalam Promosi Produk Temulawak Instan (Studi Kasus di CV Timoer Sentosa). *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, **32**(1), 37–46. <https://doi.org/10.55259/jiip.v32i1.286>
- Priatna, H. (2022). Peran Gerakan Revolusi Mental Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Desa Terhadap Literasi dan Inklusi Keuangan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, **12**(2), 193–197. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v12i2.2181>
- Rahayu, N. P. W., & Putri, I. A. (n.d.). Pemberdayaan Umkm Wanita Melalui Digitalisasi Dan Literasi Keuangan Di Era Ekonomi Digital. <https://jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu/article/view/98>
- Risnawati, H., Gunawan, B., Fithri, D. L., Rahmawati, R., & Budiman, N. A. (2025). Manajemen Pemasaran Terkini untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Jenang Kudus. 16. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v16i3.24827>
- Septa Intiar, Ahmad Mansur, & Umar Abdul Jabbar. (2025). Optimalisasi Artificial Intelligence untuk Promosi Produk Ekonomi Kreatif melalui Media Sosial. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, **4**(2), 509–518. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.5106>
- Setiana, S. M., Kurniasih, D., Hassanah, H., Dewi, S. R., Yuniar, Z. M., & Halim, A. N. (2025). Model Sociopreneur Desa dalam Pemberdayaan Pemuda Milenial sebagai Solusi Pengentasan Pengangguran dan Penguatan Ekonomi Kreatif di Desa Tarumajaya, Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, **9**(3), 842–853. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i3.26928>
- Susilowati, Heni, Ratnaningrum, Andriana, Myra. Hargyatni. Titin, Sholihah. Erlinda. (2022). Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital. Purbalinga: EUREKA MEDIA AKSARA. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558397/kinerja-bisnis-umkm-di-era-digital>