



Respon Masyarakat Desa Cibalung Terhadap Teknologi Berbasis Web Guna Membantu Pemasaran Produk Olahan

Community Response in Cibalung Village to Web-Based Technology for Marketing Processed Products

Adam Anom Jati^{1*}, Lisma Aulia Rohmah², Lidya Hawila Sallo³, Mahda Aryo
Firdaus⁴, Destriana Nur⁵, Muhammad Fauzan Lazwar⁶, Agief Julio Pratama⁷,
M. Iqbal Nurulhaq⁸, Tri Budiarto⁹, Widya Hasian Situmeang¹⁰,
Ratih Kemala Dewi¹¹, Restu Puji Mumpuni¹², Edi Wiraguna¹³

¹⁻¹³Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor, Indonesia

Email: 93852804lisma@apps.ipb.ac.id ediwiraguna@apps.ipb.ac.id

Article History:

Received: April 15, 2025

Revised: April 30, 2025

Accepted: Mei 28, 2025

Published: Mei 30, 2025

Keywords: Website, Community
Development, Micro, Small,
Medium Enterprises (MSMEs)

Abstract. This research aims to help MSMEs in Cibalung Village through the creation of a website with features that are specially designed according to the wishes and needs of the MSMEs in the village. The creation of this website involves several respondents in Cibalung Village which includes Farmers, MSME business actors, Housewives, and freelancers. The website that was created is intended as an information media about agricultural cultivation, fisheries and livestock and marketing that can be used to introduce and promote processed products for the community in the village. Data collection was carried out with a survey using a questionnaire with 21 questions and reinforced by interviews. based on the results of interviews and questionnaires obtained with 30 respondents from the entire UMKM population in Cibalung Village.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membantu para UMKM yang terdapat di Desa Cibalung melalui pembuatan website dengan fitur-fitur yang didesain khusus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para UMKM yang ada di desa. Pembuatan web ini melibatkan beberapa responden yang ada di Desa Cibalung yang meliputi Petani, pelaku usaha UMKM, Ibu rumah tangga, dan pekerja lepas. Website yang dibuat ini bertujuan sebagai media informasi tentang budi daya pertanian, perikanan maupun peternakan dan pemasaran yang dapat digunakan untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan produk olahan masyarakat yang ada desa tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan survey menggunakan kuesioner dengan 21 pertanyaan dan diperkuat dengan wawancara. berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang didapat dengan responden sebanyak 30 orang dari populasi seluruh UMKM yang ada di Desa Cibalung.

Kata Kunci: Website, Pengembangan Masyarakat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini berlangsung dengan sangat pesat. Era Revolusi Industri 4.0 menjadi pemicu utama dalam percepatan kemajuan teknologi informasi, yang berperan penting dalam memfasilitasi penyampaian informasi, baik dalam konteks bisnis maupun non-bisnis. Kondisi yang serba digital ini menuntut setiap individu untuk mengintegrasikan teknologi informasi dalam aktivitas sehari-hari. Melalui pemanfaatan teknologi digital, berbagai aspek kehidupan menjadi lebih mudah dan efisien, terutama dalam hal konektivitas melalui platform jejaring sosial, salah satunya adalah website.

Website adalah salah satu jenis aplikasi yang terdiri dari berbagai macam dokumen multimedia, contohnya teks, gambar, audio, animasi, dan video. Aplikasi ini memanfaatkan protokol HTTP untuk mengirim data dan diakses dengan menggunakan perangkat lunak yang dikenal dengan *browser*. *Website* memiliki berbagai peran penting, di antaranya sebagai media promosi, pemasaran, penyampaian informasi, pembelajaran, dan alat untuk berkomunikasi. Desa Cibalong, yang terletak di Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, dikenal akan kekayaan alam dan potensi wisatanya. Selain itu, desa ini memiliki kekayaan sumber daya alam yang menjadi ciri khas dan tumpuan ekonomi masyarakat setempat, meskipun belum banyak dikenal oleh masyarakat luar. Potensi ini dapat dimanfaatkan dalam bentuk produk olahan, seperti keripik singkong, keripik pisang, aneka sayuran segar, buah-buahan, kopi, dan berbagai komoditas lainnya (Nurlailah & Wardani, 2023).

Media berperan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens, dengan memanfaatkan berbagai unsur visual seperti tulisan, foto, dan ilustrasi. Di sisi lain, data merupakan hasil dari pengolahan informasi sehingga menjadi lebih terstruktur dan bermanfaat bagi pengguna dalam mengambil keputusan, baik untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Oleh karena itu, media informasi dapat dimaknai sebagai cara menyampaikan pesan yang telah dirancang dalam berbagai bentuk agar mudah dipahami dan memberikan nilai guna bagi penerima informasi. Sementara itu, promosi merujuk pada seluruh aktivitas yang berkaitan dengan penyampaian informasi dan pemasaran suatu produk. Kata "promosi" berasal dari istilah bahasa Inggris "promote", yang berarti mendorong atau meningkatkan. Dalam konteks bisnis, promosi bertujuan untuk menarik perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan.

Permasalahan utama dalam penelitian ini berkaitan dengan kurang optimalnya metode promosi produk olahan yang dilakukan oleh para pelaku UMKM dan petani di Desa Cibalong. Meskipun website dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas, hingga kini metode promosi yang digunakan masih terbilang konvensional dan kurang efisien. Oleh karena itu, perlu dirancang sebuah media berbasis website yang tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi mengenai produk-produk unggulan desa. Pengembangan website ini diharapkan mampu meningkatkan nilai jual serta daya saing produk lokal, dengan efisiensi dalam hal biaya, waktu, dan tenaga. Keunikan dari penelitian ini terletak pada pendekatannya yang tidak hanya menampilkan informasi dan promosi secara

umum, melainkan juga menyajikan deskripsi mendalam mengenai berbagai produk olahan khas yang berpotensi menjadi oleh-oleh unggulan dari Desa Cibalung, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

2. METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada para responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan kondisi lapangan secara rinci, transparan, dan mendalam. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan selama berlangsungnya penelitian. Kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data dengan menyajikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus diisi oleh responden. Sementara itu, metode wawancara melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan, yang bertujuan menggali informasi serta pandangan secara lebih mendalam mengenai isu yang sedang dikaji (Sugiyanto, 2017).

Kuesioner dan wawancara dipilih sebagai metode pengumpulan data karena kepraktisannya, kemudahannya, dan fokusnya. Pertanyaan-pertanyaan telah disiapkan sebelumnya untuk disampaikan kepada responden. Wawancara memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih detail dan mendalam tentang responden. Parameter pengamatan meliputi pengetahuan (kognitif) dan sikap atau minat (afektif) responden terhadap inovasi pembuatan website sebagai sarana informasi dan pemasaran produk olahan. Kemampuan kognitif mengacu pada keterampilan otak yang diperlukan untuk melaksanakan berbagai tugas, mulai dari yang sederhana hingga yang kompleks (Basri 2018). Kemampuan afektif merupakan aspek menyangkut sikap mental, perasaan dan kesadaran (Magdalena *et al.* 2021).

3. HASIL

Hasil yang didapatkan dari pemetaan masalah maupun potensi yang ada di desa, Perancangan website sebagai media informasi dan promosi produk olahan yang ada di desa yaitu adanya para pelaku usaha umkm dapat menjalankan sistem dan mengakses sistem dan para pengunjung.

Karakteristik Masyarakat Desa Cibalung

Para masyarakat yang ada di Desa Cibalung umumnya bermata pencaharian sebagai petani, buruh tani dan UMKM. Jumlah masyarakat Desa Cibalung yang mengolah hasil pertanian, perkebunan maupun perikanan tidak sedikit, hampir sebagian memilih untuk mengolah hasil dari lahan mereka untuk dibuat suatu produk makanan olahan berupa cemilan-cemilan kering dll. Beberapa komoditas yang ditanam oleh para petani diantaranya adalah singkong, pisang, kopi, padi, dan sayur-sayuran. Berikut adalah hasil analisis dari turun lapang terkait karakteristik petani pada sebagian masyarakat yang ada di Desa Cibalung secara umum:

Tabel 1. Distribusi Karakteristik responden berdasarkan umur

No	Umur (tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
1	21 - 25	5	16,67
2	26 - 30	0	0,00
3	31 - 35	4	13,33
4	36 - 40	3	10,00
5	41 - 45	4	13,33
6	46 - 50	4	13,33
7	51 - 55	4	13,33
8	56 - 60	1	3,33
9	61 - 65	3	10,00
10	66 - 70	2	6,67
Total		30	100

Tabel 2. Distribusi karakteristik berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (jumlah)	Persentase (%)
1	Laki-laki	21	70
2	Perempuan	9	30
Total		30	100

Tabel 3. Distribusi karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (jumlah)	Persentase (%)
1	SD	5	16,67
2	SMP	4	13,33
3	SMA	15	50,00
4	S1	6	20,00
Total		30	100

Berdasarkan distribusi karakteristik umur responden, frekuensi terbanyak berada di rentang umur 21 - 25 dengan jumlah 5 responden. Berdasarkan distribusi karakteristik jenis kelamin, frekuensi terbanyak adalah dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 21 orang. Berdasarkan distribusi karakteristik tingkat pendidikan, frekuensi terbanyak adalah tamatan pendidikan SMA dengan frekuensi sebanyak 15 orang.

Analisis pengetahuan

Tabel 4. Hasil kuesioner dan Wawancara

No	Aspek	Jumlah Responden	Rata-rata
1	SDA di desa	30	3.2
2	Pemanfaatan potensi yang ada di desa	30	3
3	Permasalahan yang dihadapi	30	2.4
4	Pengetahuan tentang internet dan teknologi informasi	30	3.8

Keterangan: (1) sangat rendah ($1 \leq x \leq 1,8$), (2) rendah ($1,8 < x \leq 2,6$), (3) sedang ($2,6 < x \leq 3,4$), (4) tinggi ($3,4 < x \leq 4,2$), (5) sangat tinggi ($4,2 < x \leq 5$) (Oktafia *et al.* 2022)

Berdasarkan tabel hasil kuesioner di atas didapatkan bahwa dari 30 responden pada aspek SDA mendapatkan skor rata-rata sebesar 3.2 (sedang), kemudian pada aspek potensi di desa mendapatkan skor rata-rata sebesar 3 (sedang), pada aspek permasalahan di desa mendapatkan skor sebesar 2.4 (rendah), dan pada aspek pengetahuan teknologi informasi sebesar 3.8 (tinggi). Respon petani terkait teknologi berbasis *website* cukup tinggi namun petani masih kesulitan untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi dikarenakan mayoritas petani adalah lansia sehingga petani berharap bahwa teknologi dapat membantu hasil usahatani mereka tetapi penggunaannya mudah dan cepat. Sehingga petani dapat beradaptasi dengan teknologi agar hasil usahatani petani

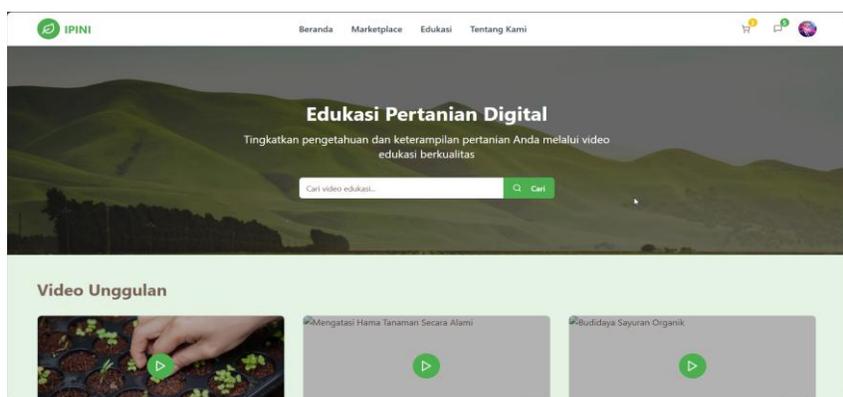
semakin efisien.

Inovasi

Pengguna Web IPINI diarahkan untuk mengikuti serangkaian tahapan sistematis guna memulai pemanfaatan platform ini secara optimal, dimulai dari proses pendaftaran awal hingga eksplorasi terhadap fitur-fitur utama yang tersedia. Selain itu, adopsi teknologi informasi digital dapat mempercepat perilaku individu, kelompok, atau masyarakat (Amanah dan Seminar 2022). Masyarakat secara berkelanjutan dapat memperoleh manfaat dari digitalisasi data dan informasi (Djuwendah *et al.* 2023).

Registrasi Awal

Langkah awal dalam pemanfaatan Web IPINI adalah melakukan pendaftaran akun. Pada tahap ini, calon pengguna diarahkan untuk mengakses halaman registrasi khusus dan mengisi formulir yang tersedia dengan informasi pribadi, seperti nama lengkap, alamat email yang masih aktif, serta kata sandi yang kuat. Tujuan dari proses ini adalah untuk membentuk identitas unik bagi setiap pengguna dalam sistem. Setelah seluruh data terisi dengan benar dan valid, pengguna dapat menyelesaikan proses pendaftaran dengan mengklik tombol “Daftar” atau “Registrasi”. Tahapan ini menjadi dasar penting bagi interaksi pengguna selanjutnya di platform, karena informasi login yang telah dibuat akan digunakan setiap kali ingin mengakses akun kembali.

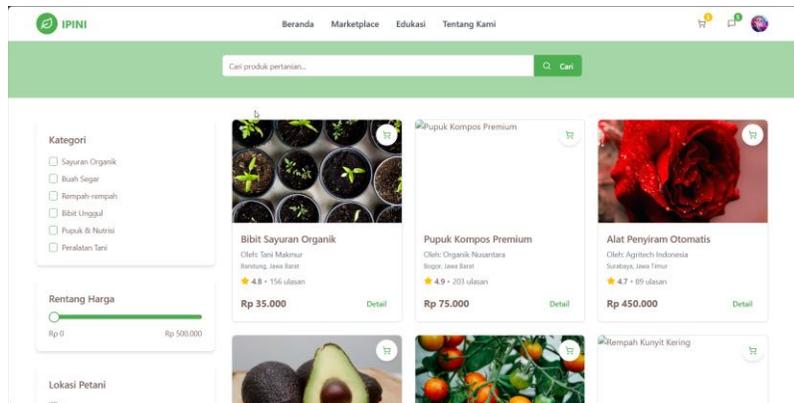


Gambar 1 Tampilan Dashboard

Akses ke Beranda Aplikasi

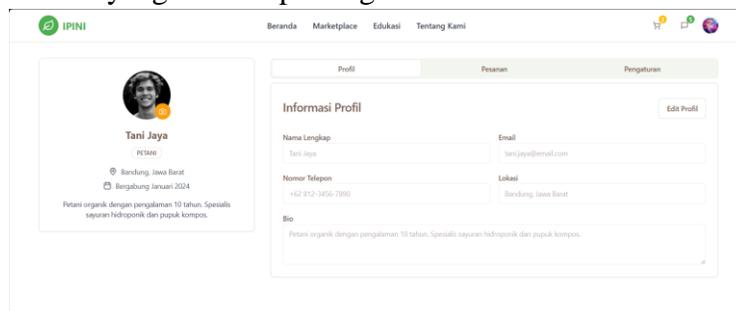
Usai berhasil menyelesaikan proses registrasi atau melakukan login, pengguna akan secara otomatis diarahkan ke halaman beranda aplikasi Web IPINI. Halaman ini berfungsi sebagai pusat navigasi utama yang mengintegrasikan berbagai fitur yang ditawarkan oleh platform. Umumnya, beranda menampilkan ringkasan aktivitas terbaru pengguna, update informasi penting, dan menu navigasi yang terletak di sisi kiri atau bagian atas layar. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk

segera memahami struktur aplikasi dan memulai eksplorasi terhadap fungsionalitas yang ada.



Eksplorasi Mendalam pada Beranda Aplikasi

Lebih jauh, halaman beranda tidak hanya berfungsi sebagai tampilan awal, tetapi juga menyuguhkan berbagai bagian penting yang menunjang pengalaman pengguna. Di antaranya adalah panel “Dashboard” yang menyajikan visualisasi data dan ringkasan aktivitas secara real-time, menu “Profil” yang memungkinkan pengguna memperbarui informasi akun, serta bagian “Pengaturan” yang dapat digunakan untuk menyesuaikan preferensi penggunaan aplikasi. Selain itu, pengguna juga dapat mengakses informasi rinci mengenai statistik penggunaan akun, riwayat interaksi, hingga notifikasi yang bersifat penting atau mendesak.

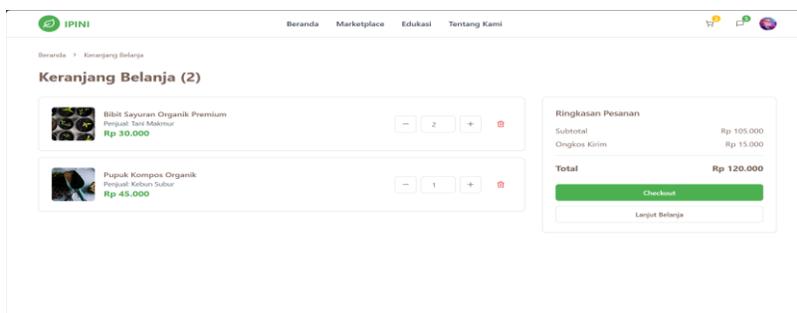


Gambar 3 Tampilan Profil

Pemanfaatan Fitur Marketplace

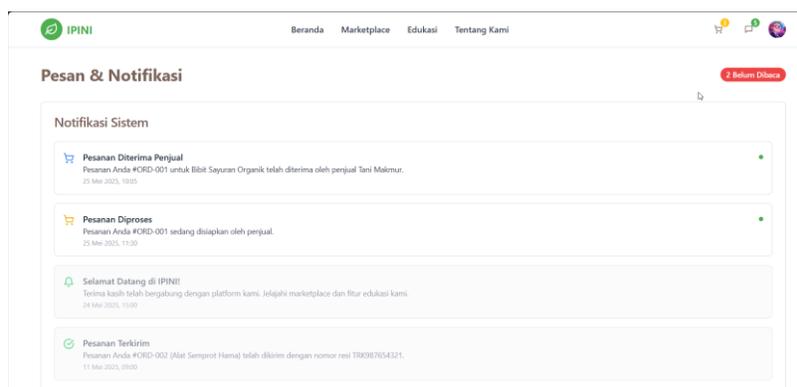
Salah satu fitur utama yang disediakan oleh Web IPINI adalah “Marketplace”. Fitur ini berperan sebagai ruang digital yang menampilkan beragam produk maupun layanan yang dapat diakses oleh pengguna. Setiap entri dalam Market Place umumnya dilengkapi dengan visual berupa gambar produk, penjelasan singkat namun informatif, serta informasi harga. Platform ini

dirancang untuk memfasilitasi pengguna dalam melakukan pencarian, pemfilteran, dan penjelajahan produk sesuai dengan kebutuhan mereka, baik untuk tujuan pribadi maupun profesional.



Gambar 4 Tampilan menu pilihan

Akses ke Materi Video Edukasi



Gambar 5 Tampilan Riwayat Pesanan

Web IPINI turut menyediakan fitur “Video Edukasi” sebagai sarana pembelajaran mandiri bagi para penggunanya. Bagian ini memuat koleksi video tutorial dan materi edukatif yang dirancang untuk memperluas pemahaman mengenai cara penggunaan aplikasi maupun topik-topik relevan lainnya. Konten video ini disusun secara sistematis dan disesuaikan dengan berbagai tingkat pemahaman pengguna, sehingga dapat dijadikan referensi praktis dalam mengoptimalkan penggunaan platform. Pengguna memiliki keleluasaan untuk memutar video kapanpun dibutuhkan, sehingga proses belajar dapat dilakukan secara fleksibel dan sesuai ritme masing-masing individu.

4. DISKUSI

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan sudah sesuai dengan tahap yang

direncanakan dari sebelum melakukan kegiatan pengabdian tersebut. Kegiatan pengabdian masyarakat meliputi pengenalan inovasi pembuatan *website* sebagai perantara untuk membantu memasarkan produk olahan, melakukan wawancara dan kuesioner kepada beberapa jumlah responden yang menjadi sasaran dalam pengumpulan data, merancang *website* sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan para responden maupun masyarakat yang ada di Desa Cibalung dan mensosialisasikan hasil dari rancangan website yang telah dibuat kepada para responden maupun masyarakat yang ada di Desa Cibalung. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Cibalung belum pernah menggunakan media digital sebagai sarana promosi produk olahan. Para pelaku UMKM yang ada di Desa Cibalung biasa memasarkan produk olahan miliknya secara manual atau dijual ke para tetangga, baik dipasarkan secara langsung maupun melalui jalur distribusi lokal. Kondisi ini mencerminkan masih rendahnya literasi digital dan pemanfaatan yang bersifat edukatif melalui pelatihan serta penyediaan platform digital menjadi strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Website yang dirancang dalam kegiatan ini memiliki beberapa fitur utama, seperti katalog produk, informasi kontak, dan deskripsi usaha. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas merasa puas dengan tampilan dan fungsional website, terutama dalam hal kemudahan akses dan manfaat promosi. Tingkat kepuasan ini menunjukkan bahwa rancangan website telah sesuai kebutuhan dan harapan pengguna. Temuan ini memperkuat teori adopsi inovasi yang menyatakan bahwa keberhasilan penerapan teknologi sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara inovasi dengan kebutuhan serta kemudahan penggunaannya. Sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan juga menjadi faktor keberhasilan kegiatan. Partisipasi aktif masyarakat dalam proses ini menunjukkan adanya kesiapan untuk berubah dan menerima inovasi digital, terutama mengimplementasi usaha mereka dalam bisnis digital. Namun, beberapa tantangan masih ditemukan, seperti keterbatasan akses internet dan kurangnya perangkat digital di sebagian wilayah desa. Keberlanjutan program ini tentunya perlu melibatkan dukungan dari pemerintah desa dan pihak terkait lainnya, baik dalam aspek teknis maupun pelatihan lanjutan, guna memastikan pemanfaatan teknologi ini dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas produk UMKM di Desa Cibalung serta memperkuat kapasitas digital masyarakat. Penerapan teknologi berbasis web menjadi langkah awal menuju transformasi digital desa yang mendukung penguatan ekonomi lokal.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian dan analisis yang telah dilakukan adalah *website* online dirancang khusus untuk memberikan informasi kepada pelaku UMKM dan calon pembeli mengenai potensi, budaya, dan produk Desa Cibalung. *Website* ini memungkinkan penjual untuk memasarkan toko mereka kepada khalayak yang lebih luas. Pemerintah desa terbantu dalam mempromosikan Desa Cibalung melalui *website* ini. *Website* ini berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat desa, khususnya pelaku usaha, dengan menyediakan platform jual beli yang mudah diakses dan memperluas peluang bisnis.

6. UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti ucapkan terimakasih kepada dosen mata kuliah digitalisasi pertanian, orangtua dan masyarakat serta pemerintah Desa Cibalung yang sudah terlibat dalam penelitian ini. yang turut terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Basri, H. (2018). Kemampuan kognitif dalam meningkatkan efektivitas pembelajaran ilmu sosial bagi siswa sekolah dasar. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 18(1).
- Cahyani, R., Kosasih, U., Sulastri, Y., Gita, T. W., & Amanda, R. A. (2023). Pendampingan pemasaran UMKM camilan di Kampung Jamuju Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 5(2), 150–158.
- Damanik, I. P., Tahitu, M. E., & Kembauw, E. (2024). Respon petani terhadap rencana pengembangan agroeduwisata di Desa Waimital, Kabupaten Seram Bagian Barat, Maluku. *Jurnal Penyuluhan*, 20(2), 191–202.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73–85.
- Magdalena, I. A., Hidayah, T., & Safitri. (2021). Analisis kemampuan peserta didik pada ranah kognitif, afektif, psikomotorik siswa kelas IIB SDN Kunciran 5 Tangerang. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 48–62.

- Nurlailah, E., & Wardani, K. R. N. (2023). Perancangan website sebagai media informasi dan promosi oleh-oleh khas Kota Pagaralam. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 8(4), 1175–1185.
- Oktavia, C. A., & Dewantara, R. (2024). Implementasi sistem informasi berbasis Android untuk promosi dan pemasaran UMKM jamur tiram. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 8(2), 69–79.
- Rizqy, M., Zachani, N. S. A., Fajri, S., & Suryandari, M. (2023). Pengaruh media teknologi informasi modern terhadap aktivitas dakwah di era Revolusi Industri 4.0. *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 22–42.
- Saleh, K. (2022). Respon petani padi sawah terhadap program budidaya padi sistem jajar legowo di BPP Tegalkunir, Kabupaten Tangerang. *Jurnal Penyuluhan*, 18(1), 196–207.
- Saputra, M. E. (2024). *Perancangan dan implementasi website edukasi dan penjualan hidroponik pada Program Studi Independen 1000 Start Up Digital Sumsel* [Skripsi, Institut Pendidikan Sains dan Teknologi].
- Septarina, L., Hakim, L., Febriani, O. M., & Azim, F. (2023). Pelatihan pembuatan website untuk pemasaran produk UMKM Desa Ceringin Asri. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 150–153.
- Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran usability website e-commerce Sambal Nyoss menggunakan metode Skala Likert. *Jurnal Compiler*, 7(1), 54–61.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarso, B., Harahap, M. A. K., & Suparwata, D. O. (2025). Manajemen kota dan pengembangan ekonomi lokal melalui pemanfaatan sistem informasi bisnis: Tinjauan pustaka tentang strategi meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UMKM dan pemanfaatan teknologi informasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 336–345.
- Varadisa, A. Q., & Ridho, W. F. (2023). Pendampingan digital marketing guna meningkatkan branding UMKM Desa Sumberjo. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 22–26.