



## Digitalisasi Marketing UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Pangan Lokal Desa Mendukung Ketahanan Pangan

Mohammad Baladdudin Dayar<sup>1\*</sup>, Aulia Daisy Arsy Syafitri<sup>2</sup>, Thalia Damayanti<sup>3</sup>, Ivan Mahendra Wirapradipta<sup>4</sup>, Hafifah Isma Ningrum B.<sup>5</sup>, Jerin Amelia Margaretha<sup>6</sup> 

<sup>1</sup> Program Studi Administrasi Negara, Universitas Mochammad Sroedji, Jember, Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

<sup>4</sup> Program Studi Penyuluhan Pertanian, Universitas Jember, Jember, Indonesia

<sup>5</sup> Program Studi Sastra Inggris, Universitas Jember, Jember, Indonesia

<sup>6</sup> Program Studi Kebidanan, Universitas dr. Soebandi, Jember, Indonesia

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received September 02, 2024

Accepted November 10, 2024

Available online November 25, 2024

#### Kata Kunci :

KKN-K, Ketahanan Pangan, Digitalisasi Marketing, UMKM

#### Keywords:

KKN-K, Food Security, Digital Marketing, SMEs



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2024 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha

### ABSTRAK

Aktifitas usaha UMKM masih dijalankan secara konvensional, tidak ada inovasi dalam usaha. Dengan mengenalkan Digitalisasi marketing kepada Pelaku UMKM diharapkan akan meningkatkan jaringan ekspansi pasar dan memudahkan pelaku usaha dan juga konsumen yang secara tidak langsung membangun sistem yang baik dalam mendukung ketahanan pangan. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran digitalisasi marketing melalui platform *Google Maps* yang akan diterapkan oleh UMKM pangan lokal terhadap keberlanjutan ketahanan pangan di desa. Jenis penelitian ini kualitatif penelitian ini tidak mengukur apapun melainkan lebih mengedepankan pemberdayaan masyarakat dengan keterlibatan secara aktif setelah melalui analisis potensi desa menggunakan metode ABCD. Pelaku usaha UMKM Pangan lokal menjadi subjek penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi dan dianalisis menggunakan analisis interaktif dengan pengumpulan data, kondensasi data dan penyajian data. Hasil penelitian program digitalisasi marketing yang dilaksanakan oleh Mahasiswa KKN Kolaborasi #3 Posko 187 menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan ketahanan pangan. Simpulan penelitian menunjukkan dengan mendaftarkan lokasi UMKM pangan lokal di *Google Maps*, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk mereka, memperluas jangkauan pasar, serta mempermudah konsumen dalam menemukan produk pangan lokal. Implikasi program ini mampu berkontribusi pada ketahanan pangan desa dengan meningkatkan aksesibilitas produk pangan lokal serta pemberdayaan ekonomi masyarakat.

### ABSTRACT

MSME business activities are still carried out conventionally; there is no innovation in business. Introducing digitalization of marketing to MSME Actorsto is hoped to increase the market expansion network and facilitate business actors and consumers who indirectly build sound systems to support security. This study aims to analyze the role of digitalization of marketing through the *Google Maps* platform that will be implemented by local food MSMEs towards the sustainability of food security in the village. This type of research is qualitative; it does not measure anything but prioritizes community empowerment with active involvement after analyzing village potential using the ABCD method. Local food MSME business actors are the subjects of this study. The data collection methods used were participatory observation, in-depth interviews, and documentation and were analyzed using interactive analysis with data collection, data condensation and data presentation. The results of the marketing digitalization program research carried out by Collaborative KKN Students #3 Posko 187 showed a positive impact in increasing food security. The study's conclusion shows that by registering the location of local food MSMEs on *Google Maps*, MSMEs can increase the visibility and accessibility of their products, expand market reach, and make it easier for consumers to find local food products. This program implies that it can contribute to village food security by increasing the accessibility of local food products and empowering the community's economy.

\*Corresponding author

E-mail addresses: [89dayar@gmail.com](mailto:89dayar@gmail.com) (Mohammad Baladdudin Dayar)

## 1. PENDAHULUAN

Ketahanan pangan merupakan aspek krusial dalam pembangunan sosial-ekonomi, yang mencakup jaminan ketersediaan, akses, dan kualitas makanan yang cukup dan bergizi bagi seluruh masyarakat. Ketahanan pangan umumnya identik berdasarkan kemampuan setiap rumah tangga dalam menyediakan bahan pangan mandiri (Winanti et al., 2023; Yustika Devi et al., 2020), program ketahanan pangan di beberapa daerah menjadi prioritas dengan bekerjasama melalui perguruan tinggi dengan pelaksanaan kegiatan KKN (Avianti et al., 2024; Quaralia, 2022). Pentingnya ketahanan pangan terletak pada kemampuannya untuk mengurangi kerentanan terhadap krisis pangan, meningkatkan kesehatan masyarakat, dan mendukung stabilitas sosial. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), ketahanan pangan yang baik dapat mengurangi angka kemiskinan dan meningkatkan kualitas hidup dengan memastikan akses yang stabil dan aman terhadap pangan (Nurhemi et al., 2014; Salasa, 2021). Selain itu, ketahanan pangan memerlukan faktor pendukung yaitu sumber daya alam dan kemampuan sumber daya manusia sebagai pihak pengelola ketersediaan pangan pada suatu wilayah (Ninawati et al., 2024; Rhofita, 2022). Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam mewujudkan ketahanan pangan yang baik adalah dengan cara mempertahankan kearifan lokal pangan berbasis pada inovasi pangan lokal dan pemberdayaan masyarakat. Pemanfaatan sumber daya alam di suatu wilayah dapat menjadikan pangan lokal sebagai sumber konsumsi sehari-hari dan bahan baku untuk usaha yang berfokus pada produk berbasis pangan lokal. Melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pangan lokal, nantinya masyarakat dapat menjaga keberlangsungan hidupnya serta meningkatkan potensi desa (Sari & Zuber, 2020; Winanti et al., 2023).

Desa Sumber Kalong merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kabupaten Jember Jawa Timur. Desa Sumber Kalong tepatnya di Kecamatan Kalisat. Dikutip dari monografi desa, Desa Sumber Kalong memiliki luas wilayah sekitar 496,30 hektar dengan sebagian besar wilayahnya adalah pertanian. Desa Sumber Kalong memiliki 5 dusun diantaranya ialah dusun plalangan, dusun sumber waru, dusun kerajan, dusun curah mas dan dusun barat Sungai. Data monografi desa juga menyebutkan bahwa jumlah penduduk Desa Sumber Kalong berjumlah 7.249 jiwa. Penduduk desa Sumber Kalong mayoritas mata pencahariannya di sektor pertanian sekaligus merangkap di sektor peternakan, dikarenakan selain banyaknya lahan pertanian di sumber kalong Masyarakat desa memanfaatkan sebagian dari lahan tersebut untuk pakan ternak sehingga sangat memungkinkan untuk merangkap pekerjaan sebagai peternak. Selain dua sektor tersebut ada pula sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang juga menjadi potensi lokal yang ada di sumber kalong. Keberagaman UMKM di desa sumber kalong menjadi salah satu faktor peningkatan pendapatan dalam menstabilkan perekonomian di Masyarakat itu sendiri. Dalam meningkatkan pendapatan pastinya tidak hanya berhenti pada pengelolaan potensi lokal saja, tapi juga harus pada tahap pemasaran yang baik. Pemasaran di desa sumber kalong sendiri masih dilakukan secara tradisional yakni dengan menawarkan kepada orang-orang terdekat saja, sehingga produk dari UMKM itu sendiri belum dikenal secara luas dan permintaan dari konsumen pun belum terlalu tinggi, sehingga hal tersebut berdampak pada Tingkat penghasilan yang masih belum maksimal. keberadaan UMKM sering kali kurang dikenal oleh masyarakat luas, terutama karena akses ke lokasi mereka yang terbatas. Jalan-jalan yang sempit dan terpencil serta gang-gang kecil yang harus dilalui membuat keberadaan usaha-usaha kecil ini tidak mudah dijangkau. Ketidakmampuan untuk menjangkau lokasi ini tidak hanya mengurangi visibilitas UMKM, tetapi juga membatasi peluang mereka untuk berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini menekankan perlunya perbaikan infrastruktur dan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan keberadaan dan dampak ekonomi UMKM di Desa sumber kalong.

Upaya mengatasi masalah kurangnya visibilitas UMKM di desa ini, kami telah mengembangkan sebuah inovasi yang memanfaatkan teknologi Google Maps. Dengan mendaftarkan UMKM di platform ini, kami bertujuan untuk mengatasi keterbatasan akses dan memastikan bahwa keberadaan usaha-usaha kecil ini dapat dikenal oleh masyarakat luas. Penggunaan Google Maps tidak hanya akan mempermudah pencarian dan akses ke UMKM lokal, tetapi juga meningkatkan eksposur mereka, membuka peluang pasar baru, dan mempromosikan potensi ekonomi yang ada di desa ini. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang didirikan oleh seorang individu rumah tangga atau kelompok usaha kecil yang ditentukan berdasarkan omset yang diperoleh. UMKM pangan lokal saat ini memainkan peran kunci dalam mendukung ketahanan pangan melalui produksi dan distribusi makanan yang memanfaatkan bahan baku lokal. UMKM pangan lokal membantu memperkuat ketahanan pangan dengan mengurangi ketergantungan pada pasokan pangan luar daerah dan menyediakan produk makanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi lokal. Menurut penelitian oleh Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM pangan lokal berkontribusi pada perekonomian daerah dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung stabilitas pangan melalui produksi yang berkelanjutan dan terjangkau (Arisetyawan et al., 2023; INDEF, 2024).

Dengan demikian, pengembangan dan pemberdayaan UMKM pangan lokal tidak hanya memperkuat ketahanan pangan tetapi juga memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di zaman yang semakin modern ini peran teknologi informasi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap manusia. Dengan berkembangnya teknologi informasi tersebut menjadikan sebuah penanda masuknya era revolusi industri 4.0 yang juga berarti telah memasuki era digital. Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini juga telah memasuki lingkup pemasaran dalam beberapa waktu terakhir. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi biasa disebut dengan digitalisasi marketing. Digitalisasi marketing merupakan suatu bentuk proses promosi melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai platform digital (In Ratnasari & Asnawan, 2022; Pramarta et al., 2024). Kegiatan pemasaran ini beralih dari yang semula penjualan secara konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*) (Mandasari, 2022; Nugraha, 2021). Strategi digitalisasi marketing ini dinilai lebih efektif utamanya bagi pelaku UMKM pangan lokal untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, kemudahan ini juga dapat dirasakan oleh para customer untuk mendapatkan informasi mengenai produk penjualan dan bertransaksi melalui internet (Aviyanti et al., 2022; Nur Ahmas et al., 2022). Inovasi ini diharapkan dapat menjembatani kesenjangan informasi dan mendorong pertumbuhan serta keberhasilan UMKM di komunitas tersebut.

Temuan penelitian sebelumnya menyatakan setelah diadakannya kegiatan pengabdian edukasi dan pelatihan terhadap UMKM di desa tersebut, pihak terkait telah memahami dan bisa menerapkan media digital Instagram sebagai sarana promosi yang efektif hingga meningkatkan daya pemasaran sebesar 10% (Mandasari et al., 2021; Utami et al., 2023). Pengetahuan dan pemahaman pemilik UMKM untuk semakin memahami dan bisa mengaplikasikan digital marketing dalam pemasaran produk mereka melalui media sosialisasi secara online dengan metode penelitian Participatory Action Research (PAS) (Fuadi et al., 2021; Patiro et al., 2023). Fenomena ketahanan pangan desa yang kini menjadi fenomena yang relevan dengan fokus utama dari penyelenggaraan KKN Kolaboratif ke-3 Jember. Peneliti mengajukan hal tersebut menjadi objek penelitian sebab ketahanan pangan desa merupakan potensi yang bisa dibangun melalui para pelaku UMKM desa (Irfandanny et al., 2022; Widiati & Azkia, 2023). Melalui beragam potensi produk yang dihasilkan di Desa Sumber Kalong ini merupakan sebuah peluang yang bisa digunakan untuk meningkatkan produksi lokal oleh warga desa sebagai bentuk pengurangan ketergantungan pada pasokan pangan dari luar daerah. Berdasarkan hal ini, sistem pangan mandiri, kreatif, dan berkelanjutan adalah peluang untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial Masyarakat desa (Dadi, 2021; Yuni Rusmawati DJ & Luluk Nur Azizah, 2022). Kebaruan penelitian berfokus pada upaya meningkatkan daya saing UMKM dengan metode penelitian observasi dan wawancara. Pada penelitian kedua subjek penelitian berfokus pada upaya meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemilik UMKM dengan metode penelitian *Participatory Action Research* (PAS). Sedangkan pada penelitian ini, kajian difokuskan pada subjek penelitian UMKM pangan lokal sebab mereka termasuk dalam entitas yang mengalami digitalisasi dalam aspek pemasaran melalui platform Google Maps. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran digitalisasi marketing melalui platform Google Maps yang akan diterapkan oleh UMKM pangan lokal terhadap keberlanjutan ketahanan pangan di desa. Pengabdian Masyarakat ini diharapkan secara praktis mampu memberikan edukasi dan pelatihan sederhana digitalisasi marketing UMKM pangan lokal melalui platform Google Maps mampu menambah jangkauan dari pemasaran produk mereka. Sehingga nantinya dari peningkatan eksposur jangkauan mampu menjadi sebuah peluang bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan ketahanan pangan masyarakat di Desa Sumber Kalong.

## 2. METODE

Metode penelitian secara *Asset Based Community Development* (ABCD). Metode ini menekankan pada empat fokus konsep yaitu *Problem Based Approach* atau potensi yang ada berasal dari masalah mereka sendiri, *Right Based Approach* yaitu pengembangan masyarakat dari kekayaan yang mereka miliki, *Asset Based Approach* merupakan potensi yang berasal dari komunitas mereka sendiri, dan *Need Based Approach* merupakan asset yang berasal dari kebutuhan mereka (Yuwana, 2022). Pendekatan ABCD mengakui dan menghargai kekuatan masyarakat dan kapasitas mereka untuk mengidentifikasi isu-isu yang mempengaruhi mereka. Pendekatan ini memiliki tujuan agar masyarakat mampu menggali kekuatan yang mereka miliki dengan mengembangkan ragam potensi yang ada. Dengan demikian, harapannya pendekatan ini mampu membangun pemberdayaan masyarakat yang mandiri sehingga akan berdampak pada keberlanjutan kesejahteraan mereka (Forrester et al., 2020; Mathie & Cunningham, 2003).

Fokus dari Metode ABCD adalah masyarakat terlibat secara aktif dan berkolaborasi sehingga masyarakat terberdayakan dengan harapan masyarakat bisa mengidentifikasi dan mengeksplorasi kebutuhan mereka sendiri. Atas dasar pertimbangan tersebut, pengumpulan data yang kami kumpulkan menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan pemberdayaan partisipatif maka metode pengujian

keabsahan data yang kami gunakan berupa uji derajat kriteria, kredibilitas, dan keterangan (Moleong, 2019; (Saad & Afifi, 2015). Terdapat tiga tahapan dalam melaksanakan kegiatan digitalisasi marketing UMKM pangan lokal terhadap ketahanan pangan desa di Desa Sumber Kalong, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember. Tahapan tersebut yaitu pada tahap persiapan, tim Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 memulai dengan berkonsultasi dengan Dosen Pendamping Lapangan terkait program kerja "Digitalisasi Marketing UMKM Pangan Lokal Terhadap Ketahanan Pangan Desa". Selanjutnya yaitu mengunjungi Kepala Desa Sumber Kalong dan koordinator UMKM setempat. Kunjungan ini bertujuan untuk berkoordinasi mengenai program kerja yang akan dilaksanakan serta untuk melakukan observasi mendalam terhadap data UMKM di Desa Sumber Kalong, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember. Tahap pelaksanaan, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 melakukan kunjungan langsung kepada pelaku UMKM untuk mengadakan sesi berbagi informasi. Kegiatan ini mencakup pemahaman mengenai sistem dan proses operasional UMKM, serta strategi pemasaran digital, dengan fokus utama pada pendaftaran lokasi UMKM di Google Maps untuk memperluas jangkauan dan mempermudah calon pelanggan dalam menemukan usaha mereka. Tahapan hasil dan evaluasi, pada tahapan ini Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 melaksanakan kegiatan evaluasi dari kegiatan yang terlaksana. Pada kegiatan ini Mahasiswa KKN Kolaboratif#3 menyimpulkan output dan input serta kendala-kendala yang terjadi selama pelaksanaan program kerja berlangsung.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

UMKM pangan lokal memiliki peran yang sangat krusial dalam memperkuat ketahanan pangan desa dengan menawarkan berbagai sumber pangan yang beragam dan terjangkau. Selain itu, UMKM pangan lokal juga mengurangi ketergantungan pada pasokan dari luar, yang memungkinkan desa untuk meningkatkan kemandirian pangan. Dengan demikian, UMKM pangan lokal berkontribusi signifikan dalam memperbaiki rantai pasokan makanan di tingkat desa, menjadikannya lebih efisien dan berkelanjutan. Digitalisasi marketing melalui pendaftaran UMKM pangan lokal di Google Maps membuat produk lebih mudah ditemukan, mempermudah akses konsumen, dan memperluas jangkauan pasar. Hal ini mendukung ketahanan pangan desa dengan meningkatkan efisiensi rantai pasokan dan kemandirian pangan lokal. Oleh karena itu, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 melaksanakan program digitalisasi marketing untuk UMKM pangan lokal dengan mendaftarkan lokasi usaha mereka di Google Maps. Tahapan persiapan, melakukan Koordinasi Dengan Dosen Pendamping Lapangan Terkait Program Kerja yang Akan Dilaksanakan disajikan pada [Gambar 1](#).



**Gambar 1.** Melakukan Koordinasi dengan Dosen Pendamping Lapangan  
(Sumber: Dokumentasi Posko 187, 2024)

Pada tahap persiapan ini, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 melakukan koordinasi mendalam dengan Dosen Pendamping Lapangan untuk menyusun dan merancang program kerja yang akan dilaksanakan selama kegiatan KKN di Desa Sumber Kalong. Tahun ini, Pemerintah Kabupaten Jember menetapkan tiga tema utama untuk KKN Kolaborasi#3, yaitu pendidikan, stunting, dan ketahanan pangan. Dalam sesi koordinasi tersebut, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 menyampaikan hasil observasi awal yang mencakup berbagai fenomena yang ada di Desa Sumber Kalong. Salah satu temuan penting adalah keberadaan beberapa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang aktif di desa ini, yang berpotensi menjadi fokus dalam program-program yang akan dilaksanakan. Dengan mempertimbangkan hasil koordinasi dan observasi yang telah dilakukan, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 merumuskan strategi untuk mengimplementasikan program kerja secara efektif di Desa Sumber Kalong. Mengacu pada

tema utama yang ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Jember yaitu pendidikan, stunting, dan ketahanan pangan. Oleh karena itu, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 akan memfokuskan upaya pada pengembangan UMKM lokal sebagai bagian dari upaya ketahanan pangan dan pemberdayaan ekonomi. Melalui pendekatan ini, diharapkan program KKN dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat desa setempat. Berkoordinasi dengan Kepala Desa Sumber Kalong dapat dilihat pada [Gambar 2](#).



**Gambar 2.** Koordinasi Program Kerja Kepada Kepala Desa  
(Sumber: Dokumentasi Posko 187, 2024)

Setelah melakukan koordinasi dengan Dosen Pendamping Lapangan mengenai program kerja, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 melanjutkan dengan melakukan kunjungan ke rumah Kepala Desa Sumber Kalong. Kunjungan ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang konsep dan rencana program kerja yang akan diimplementasikan selama kegiatan KKN. Selama pertemuan tersebut, Kepala Desa menunjukkan antusiasme dan dukungan terhadap rencana tersebut, yang diharapkan dapat membawa dampak positif bagi desa. Kepala Desa Sumber Kalong mengarahkan Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 untuk bertemu dan berkoordinasi lebih lanjut dengan koordinator UMKM desa setempat. Arahan ini dianggap krusial karena koordinator UMKM memiliki pemahaman yang mendalam mengenai kondisi dan potensi usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Sumber Kalong. Dengan berkoordinasi langsung dengan koordinator UMKM, program kerja dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik lokal, serta memaksimalkan dampak yang dapat dihasilkan atas program kerja yang akan dilaksanakan.

Setelah mendapatkan persetujuan dari Kepala Desa Sumber Kalong dan arahan untuk berkoordinasi dengan Koordinator UMKM, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 melanjutkan dengan melakukan pertemuan dengan Koordinator UMKM Desa Sumber Kalong. Pertemuan ini bertujuan untuk melaksanakan observasi lebih mendalam terkait kondisi UMKM di desa. Dalam pertemuan tersebut, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 mendapatkan wawasan mengenai beragam jenis usaha di Desa Sumber Kalong, termasuk pertambangan, peternakan, serta rumah produksi bahan pangan dan kerajinan. Fokus utama Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 adalah pada UMKM pangan lokal, sejalan dengan salah satu tema KKN Kolaborasi#3, yaitu ketahanan pangan. Selama koordinasi, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 memperoleh informasi bahwa banyak UMKM pangan lokal di desa tersebut telah terdaftar dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) resmi. Namun, tantangan yang dihadapi adalah banyaknya gang kecil di desa, yang membuat lokasi UMKM sulit ditemukan. Untuk mengatasi kendala ini, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 mengusulkan program kerja terkait digitalisasi marketing terutama untuk mendaftarkan lokasi UMKM pada Google Maps. Langkah ini bertujuan untuk mempermudah akses dan pencarian UMKM, sehingga produk pangan lokal akan lebih mudah ditemukan dan diakses oleh masyarakat, serta meningkatkan keberadaan dan potensi pasar mereka.

Setelah memperoleh informasi tentang lokasi UMKM yang bergerak dalam bidang pangan lokal di Desa Sumber Kalong, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 melaksanakan kunjungan langsung ke UMKM tersebut. Kunjungan ini dilakukan sebagai sesi berbagi informasi dan pembelajaran bersama. Selama kunjungan, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 mempelajari secara mendalam tata cara produksi serta proses pengolahan pangan lokal yang dilakukan oleh UMKM tersebut. Informasi yang didapat meliputi teknik pengolahan, standar kualitas, serta tantangan yang dihadapi dalam proses produksi. Di sisi lain, pihak UMKM juga mendapatkan manfaat dari kunjungan ini dengan memperoleh wawasan tentang pentingnya digitalisasi dalam pemasaran produk mereka. Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187

memberikan penjelasan mengenai strategi digital marketing, dengan fokus pada pendaftaran lokasi di Google Maps. Digitalisasi marketing, terutama melalui pendaftaran di Google Maps, membantu UMKM untuk meningkatkan visibilitas mereka secara signifikan. Dengan mendaftarkan lokasi UMKM, produk mereka akan lebih mudah ditemukan oleh konsumen yang mencari produk pangan lokal di area tersebut. Pendaftaran ini memungkinkan UMKM untuk menampilkan informasi penting seperti alamat, jam operasional, nomor telepon, dan ulasan pelanggan. Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan fitur Google Maps untuk mengelola ulasan dan mendapatkan data analitik mengenai bagaimana pelanggan menemukan dan berinteraksi dengan usaha mereka. Hal ini tidak hanya mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi UMKM tetapi juga memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan layanan dan strategi pemasaran mereka. Dengan langkah ini, diharapkan UMKM dapat mengoptimalkan potensi mereka dan mencapai pertumbuhan yang lebih signifikan dalam produksi serta penjualan produk pangan lokal.

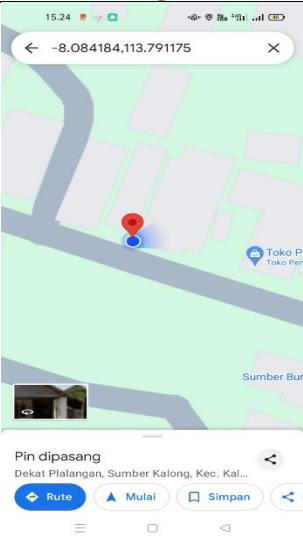



Setelah sesi pertukaran informasi, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 menawarkan kepada para pemilik UMKM mengenai ketersediaan mereka untuk mendaftarkan lokasi UMKM di Google Maps. Tawaran ini mendapatkan respon yang antusias dari pemilik UMKM. Setelah memperoleh persetujuan dari pemilik UMKM, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 melanjutkan dengan proses pendaftaran. Selama proses pendaftaran, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 mengumpulkan informasi penting yang perlu dicantumkan di Google Maps, seperti alamat, jam operasional, dan nomor telepon. Setelah pendaftaran selesai, mahasiswa mengirimkan link Google Maps yang memuat lokasi UMKM kepada pemilik usaha, sehingga mereka dapat memverifikasi dan mengelola informasi tersebut. Selain itu, Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 juga membantu dalam menulis ulasan mengenai UMKM dan menambahkan foto-foto yang relevan, baik dari produk maupun lokasi UMKM yang telah terdaftar. Langkah-langkah ini bertujuan untuk meningkatkan profil dan daya tarik UMKM di platform digital, memudahkan konsumen dalam menemukan dan berinteraksi dengan usaha tersebut.





Kendala dan solusi dalam pelaksanaan program kerja. Setiap suatu kegiatan pasti memiliki kendala dan Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut. Berikut beberapa kendala serta Solusi dalam melaksanakan kegiatan program kerja. Pertama, tidak terdapat data tertulis terkait UMKM yang ada di Sumber Kalong. Temuan tidak adanya data tertulis terkait UMKM tim pengabdian temuan ketika melakukan observasi pada lokasi UMKM di seluruh Desa Sumberkalong. Lokasi desa yang relatif terpencil di daerah pegunungan, akses yang relative sulit dijangkau dan Sumber Daya Manusia yang masih rendah menyulitkan tim pengabdian untuk bisa sampai ke lokasi. Dengan berpedoman kepada informasi warga dan data yang tim peroleh dari coordinator UMKM Desa kami bisa menuju lokasi UMKM di Desa Sumberkalong. Kedua, beberapa UMKM tidak ada di Lokasi ketika dilakukan kunjungan. Rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya Digital Marketing dalam menjalankan usaha mereka menyebabkan minat dan antusias atas kedatangan tim pengabdian cukup rendah, hal ini kami temui di lokasi yang kami kunjungi dengan tidak adanya pelaku usaha meskipun tim pengabdian telah melakukan komunikasi. Ketiga, kesulitan dalam mencari Lokasi UMKM. Lokasi UMKM yang ada di Desa Sumberkalong sebagian besar berada didalam pemukiman warga yang terletak di gang gang kecil, sehingga menyulitkan tim pengabdian untuk menemukan lokasi keberadaan UMKM. Keempat, terdapat UMKM yang sedang tidak melaksanakan kegiatan produksi. Berdasarkan data yang tim pengabdian peroleh dari coordinator UMKM tingkat Desa, setelah sampai dilokasi tujuan ada beberapa UMKM yang sudah tidak beroperasi. Data yang dihimpun oleh coordinator tidak uptodate.

Solusi yang dapat dilakukan yaitu menanyakan UMKM pangan lokal yang menjadi unggulan di Desa setempat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam yang tim lakukan terdapat beberapa produk unggulan yang menjadi andalan produk usaha masyarakat setempat antara lain rengginang, tempe dan telur asin. Melakukan konfirmasi ulang melalui WhatsApp terkait waktu untuk melakukan kunjungan untuk memudahkan koordinasi dan komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan digitalisasi pemasaran UMKM pangan local, tim pengabdian melakukan komunikasi melalui WhatsApp. Respon sebagian besar pelaku usaha cukup baik. Pelaku usaha bersedia meluangkan waktu untuk menunggu kedatangan tim pengabdian. Bertanya kepada Masyarakat desa sekitar, salah satu strategi untuk mengatasi permasalahan data yang tidak update dan lokasi pelaku usaha yang susah ditemukan, tim pengabdian secara aktif melakukan komunikasi dengan warga sekitar. Faktor penguasaan wilayah masyarakat sekitar dan selama ini masyarakat sekitar yang menjadi konsumen UMKM sasaran kegiatan pengabdian. Melakukan tukar informasi dan melihat dokumentasi yang telah ada. Pendekatan personal yang dilakukan oleh tim pengabdian adalah dengan memberikan informasi yang dibutuhkan pelaku usahah. Berpegang pada prinsip bahwa tujuan pelaksanaan pengabdian ini adalah bahwa masyarakat pelaku usaha yang benar-benar tahu dan paham akan kebutuhan mereka dalam mengembangkan usaha UMKM mereka. Pertukaran dokumentasi juga tim lakukan dalam rangka mendukung penginputan informasi dan data yang diinput pada google maps.


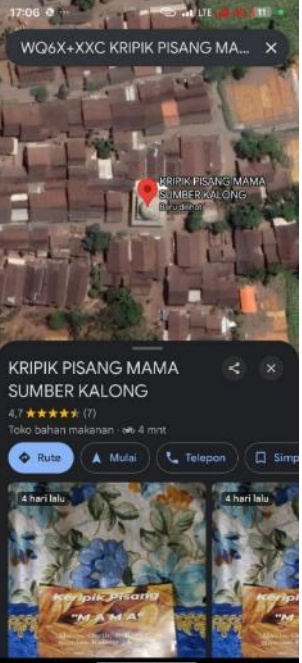
Capaian dalam melaksanakan program kerja. Beberapa lokasi UMKM menghadapi tantangan dalam hal aksesibilitas, yang seringkali membuat pelanggan kesulitan untuk menemukan mereka. Untuk mengatasi masalah ini, kami telah menambahkan lokasi-lokasi UMKM tersebut ke dalam Google Maps. Perbandingan tampilan Google Maps sebelum dan sesudah UMKM terdaftar. Dengan adanya pendaftaran ini, diharapkan pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan mengunjungi lokasi UMKM yang mereka cari. Gambar Lokasi UMKM pada Google Maps disajikan pada [Tabel 1](#).

**Tabel 1.** Gambar Lokasi UMKM pada Google Maps

Nama UMKM Pangan Lokal	Sebelum Terdaftar Google Maps	Setelah Terdaftar Google Maps
Telur Asin Putra		
Rengginang Ikan Faril		

Nama UMKM Pangan Lokal	Sebelum Terdaftar Google Maps	Setelah Terdaftar Google Maps
Homemade Aneka Cemilan KINA	 <p>19:00 Telusuri di sini Restoran Hotel Kafe Belanja 24° RUMAH JAHIT ULFA Google</p> <p>Terbaru di Kec. Kalisat</p> <p>Jeajahi Anda Kontribusi</p>	 <p>homemade aneka cemilan KINA Lihat tempat serupa PENGEPUL BATU ALAM Spesial es kul kul An-Nur Catering Dapur Acis Rute Mulai Telepon</p> <p>Homemade Aneka C...</p>
Tempe Balap Pak Kumis	 <p>17:08 -8.081307,113.789072 Jl. Sumber Waringin Jl. Sumber Sabahat 98 Katering Pin dipasang Dekat Sabahat 98 Katering, Plalangan, Sumber Kalong, K...</p> <p>Rute Mulai Simpan Bagikan</p>	 <p>11:11 Tempe Balap Pak Kumis, Jl. Su... Pasar Makanan Segar - 2 mnt Buka - Tutup pukul 21:00 Rute Mulai Telepon Simpan</p> <p>2 hari lalu 2 hari lalu</p>



Nama UMKM Pangan Lokal	Sebelum Terdaftar Google Maps	Setelah Terdaftar Google Maps
Kripik Pisang "Mama"		

Google Maps, sebagai bagian integral dari ekosistem Google, memungkinkan aksesibilitas yang lebih baik dengan menyediakan tautan langsung ke lokasi-lokasi tertentu. Dalam upaya meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses, setiap UMKM kini telah terdaftar di platform ini. Tautan yang mengarahkan ke lokasi UMKM pangan lokal di Desa Sumber Kalong, memudahkan navigasi dan memastikan pelanggan dapat menemukan lokasi tersebut dengan efisien disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Link Lokasi UMKM pada Google Maps

Nama Umkm Pangan Lokal	Link Google Maps
Telur Asin Putra	<a href="https://maps.app.goo.gl/Qbo9FhTcWK5zuoce8">https://maps.app.goo.gl/Qbo9FhTcWK5zuoce8</a>
Rengginang Ikan Faril	<a href="https://maps.app.goo.gl/y35CX1f9st4uu7kW6">https://maps.app.goo.gl/y35CX1f9st4uu7kW6</a>
Homemade Aneka Cemilan KINA	<a href="https://g.co/kgs/XgtfX4w">https://g.co/kgs/XgtfX4w</a>
Tempe Balap Pak Kumis	<a href="https://maps.app.goo.gl/4kHsd6oHeo3KJsa66">https://maps.app.goo.gl/4kHsd6oHeo3KJsa66</a>
Kripik Pisang Mama	<a href="https://maps.app.goo.gl/xraiTWYDnN6mWkD59">https://maps.app.goo.gl/xraiTWYDnN6mWkD59</a>

## Pembahasan

Pemberdayaan Masyarakat kepada UMKM pangan lokal di Desa Sumberkalong dengan menggunakan pendekatan ABCD telah memberikan stimulan dan dampak kepada masyarakat pelaku UMKM. Tahapan-tahapan pelaksanaan pengabdian yang telah dilaksanakan mahasiswa meliputi tahapan analisa potensi wilayah, membuat model perencanaan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi dampak. Pertama, analisa potensi wilayah. Mahasiswa didampingi dosen pendamping selama satu minggu melakukan analisa potensi wilayah selama satu minggu. Tim melakukan pendekatan kepada warga sekitar dengan menggunakan wawancara mendalam dan membaur dirumah warga dan mengamati keseharian warga, juga secara aktif melakukan koordinasi dengan perangkat desa untuk mengumpulkan data sekunder tentang profil desa. Sehingga tim pengabdian bisa mendapatkan data yang valid dengan menggunakan data sekunder dan hasil observasi desa dan menghasilkan analisis potensi desa. Salah satu temuan tim pengabdian berdasarkan hasil analisis potensi wilayah adalah menjamurkan UMKM di seluruh wilayah Desa dan beragam mulai dari UMKM pangan lokal, kerajinan, dan pertambangan. Tim Pengabdian memprioritaskan untuk fokus mengkaji UMKM pangan lokal dalam rangka menguatkan sinergi program pemerintah dalam penguatan ketahanan pangan. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Kasendah & Wijayangka, 2019; Oktoriyadi, 2020).

Kedua, membuat model perencanaan. Model perencanaan program pelatihan digital marketing dituangkan dalam bentuk (BMC) Bisnis Model Plan. Model BMC tim pengabdian menentukan Visi, Misi, Partner Kunci, Kegiatan inti, Sumberdaya Inti, Nilai yang ditawarkan dalam pengabdian, hubungan dengan pelanggan, jaringan, pembiayaan dan sumber pemasukan. Tim pengabdian telah mengidentifikasi UMKM Pangan lokal sebagai mitra kunci yang diberdayakan sehingga masyarakat bisa semakin berdaya dan mandiri terutama dalam mengembangkan visibilitas jangkauan pasar. Salah satu media digital marketing yang sering digunakan adalah Google. Google merupakan aplikasi gratis yang dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku UMKM dapat ditemukan di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran (Nalasari et al., 2021; Sulistyawati et al., 2022). Jika pelaku UMKM menjalankan bisnis yang melayani pelanggan dilokasi tertentu, atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, Google dapat membantu orang lain menemukan bisnis UMKM tersebut. Ketiga, pelaksanaan Kegiatan. Tim Pengabdian mendatangi satu persatu pelaku UMKM Pangan Lokal, lokasi sasaran kegiatan tim pengabdian antara lain Telur Asin Putra, Rengginang Ikan Firil, Homemade Aneka Cemilan, Tempe Balap Pak Kumis, Kripik Pisang Mama. Keempat, evaluasi dampak. Setelah pelaksanaan kegiatan di seluruh lokasi sasaran tim pengabdian melakukan evaluasi. Dampak instan yang dicapai dalam kegiatan ini adalah bahwa lokasi seluruh UMKM pangan lokal di Desa Sumber Kalong telah terkatagori di google maps. Ini tentu saja akan memudahkan pemasaran dengan tingkat visibilitas yang lebih universal dan bisa diakses oleh konsumen yang tertarik bata produk penjualan pangan lokal. (Lenti Susana Saragih et al., 2024; Zubaida et al., 2023). Digitalisasi marketing ini tidak hanya memudahkan pencarian lokasi UMKM, tetapi juga memperkuat posisi UMKM di pasar dengan menampilkan informasi penting seperti alamat, jam operasional, dan nomor telepon. Hal ini memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan layanan dan strategi pemasaran mereka, berkontribusi pada pertumbuhan yang lebih signifikan dalam produksi dan penjualan produk pangan lokal. Implikasi program ini mampu berkontribusi pada ketahanan pangan desa dengan meningkatkan aksesibilitas produk pangan lokal serta pemberdayaan ekonomi masyarakat.

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Program digitalisasi marketing yang dilaksanakan oleh Mahasiswa KKN Kolaborasi#3 Posko 187 menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan ketahanan pangan di Desa Sumber Kalong. Dengan mendaftarkan lokasi UMKM pangan lokal di Google Maps, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk mereka, memperluas jangkauan pasar, serta mempermudah konsumen dalam menemukan produk pangan lokal. Program ini sejalan dengan tujuan utama KKN Kolaborasi#3, yaitu memperkuat ketahanan pangan desa dan hal tersebut juga membantu dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal.

#### 5. DAFTAR RUJUKAN

- Arisetyawan, K., Rachmawati, L., Nur'aini, S., Nur Adha, A. A., Firmansyah, A. H., Ardini, C. A., & Ariyadi, A. A. (2023). Sosialisasi Digital Marketing UMKM dalam Optimalisasi Potensi Ekonomi Desa. *International Journal of Community Service Learning*, 7(2), 239–247. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i2.56878>.
- Avianti, W., Purwana, E., & Fauzia, F. (2024). Program Ketahanan Pangan melalui Pemanfaatan Pekarangan Warga sebagai Solusi Kebutuhan Keluarga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 63–70. <https://doi.org/10.35814/capacitarea.2024.004.02.09>.
- Aviyanti, R. D., Widiastara, A., Devi, H. P., Nurhayati, P., Chairunnisa, D. M., & Zami, M. T. A. (2022). Digital Entrepreneurship Assistance for Handicraft SMEs in Cileng Village. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2), 221–230. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i2.48479>.
- Dadi, D. (2021). Pembangunan Pertanian dan sistem Pertanian Organik. *Jurnal Education and Development*, 9(3), 566–572. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/3031>.
- Forrester, G., Kurth, J., Vincent, P., & Oliver, M. (2020). Schools as community assets: an exploration of the merits of an Asset-Based Community Development (ABCD) approach. *Educational Review*, 72(4), 443–458. <https://doi.org/10.1080/00131911.2018.1529655>.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>.
- In Ratnasari, K., & Asnawan. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian melalui Pemasaran Digital Marketing. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2), 256–262. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i2.50662>.
- INDEF. (2024). *Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia*. 10–40.

- Irfandanny, D., Kusuma, B. T., Sari, A. K., Ridha, F. A., Reksiana, C. P. E., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., Prasetyo, L. F. D., Marghanita, C. L., Salsabilla, M. A., Aditama, D. N., & Wahyudi, K. E. (2022). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis Umkm Melalui Lokal Branding Desa Sumbermujur Kab. Lumajang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1084–1090. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.5350>.
- Kasendah, B. S., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 153–160.
- Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, & Yoga Syahputra. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 63–72. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>.
- Mandasari, I. C. S. (2022). Program Kemitraan Masyarakat pada Kelompok Pertenunan Arta Sedana, Sidemen, Kab. Karangasem. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2), 249–255. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i2.51215>.
- Mandasari, I. C. S., Paramananda, N., & Mahendrawati, N. L. M. (2021). Program Kemitraan Masyarakat Pada Kelompok Perajin Perak Dharma Batubulan, Kabupaten Gianyar. *International Journal of Community Service Learning*, 5(3), 212. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i3.36128>.
- Mathie, A., & Cunningham, G. (2003). From clients to citizens: Asset-based Community Development as a strategy for community-driven development. *Development in Practice*, 13(5), 474–486. <https://doi.org/10.1080/0961452032000125857>.
- Nalasari, K., Suarni, N., & Wibawa, I. M. C. (2021). Pengembangan Bahan Ajar Berbasis Web Google Sites Pada Tema 9 Subtema Pemanfaatan Kekayaan Alam Di Indonesia Untuk Siswa Kelas Iv Sekolah Dasar. *Jurnal Teknologi Pembelajaran Indonesia*, 11(2), 135–146. [https://doi.org/10.23887/jurnal\\_tp.v11i2.658](https://doi.org/10.23887/jurnal_tp.v11i2.658).
- Ninawati, Munandar, A., Nuryadin, R., & Rustandi, B. (2024). Pengembangan Umkm Berbasis Ketahanan Pangan Dengan Inovasi Produk Olahan Di Desa Cijambu Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedan. *Indonesian Journal of Community Dedication*, 02(01), 104–110.
- Nugraha, P. G. S. C. (2021). Product Marketing With Social Media And Strengthening Identity Through Packaging Branding. *International Journal of Community Service Learning*, 5(1), 59–65. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i1.31057>.
- Nur Ahmas, A. A., Sutrisno, T., & Ratnasari, I. (2022). Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 124. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7625>.
- Nurhemi, Soekro, S. R., & Suryani, G. (2014). Pemetaan Ketahanan Pangan Di Indonesia : Pendekatan Tfp dan Indeks Ketahanan Pangan. *Bank Indonesia*, 4, 1–69.
- Oktoriyadi, O. (2020). The Implementation of Steam Integrated Thematic Learning Based on Local Wisdom of Kapuas Hulu in Elementary School. *JP2D (Jurnal Penelitian Pendidikan Dasar) UNTAN*, 3(1). <https://doi.org/10.26418/jp2d.v3i1.97>.
- Patiro, S. P. S., Aryani, D., Rekarti, E., & Wibowo, M. (2023). Peningkatan pengetahuan marketplace pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan website education marketplace. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(1), 12–26. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i1.19282>.
- Pramartha, I. M. A., I Putu Gde Chandra Artha Aryasa, & Anak Agung Istri Krisna Gangga Dewi. (2024). Optimalisasi Pembukuan dan Pemasaran Berbasis Digital Kelompok Industri Kecil Menengah Pengrajin Perak di Desa Batubulan. *International Journal of Community Service Learning*, 7(3), 308–317. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i3.65047>.
- Quaralia, P. S. (2022). Kerjasama Regional dalam Rantai Pasokan Pertanian untuk Mencapai Ketahanan Pangan Berkelanjutan: Studi kasus ASEAN. *Padjajaran Journal of International Relations*, 4(1), 56. <https://doi.org/10.24198/padjir.v4i1.37614>.
- Rhofita, E. I. R. (2022). Optimalisasi Sumber Daya Pertanian Indonesia untuk Mendukung Program Ketahanan Pangan dan Energi Nasional. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 28(1), 82. <https://doi.org/10.22146/jkn.71642>.
- Saad, S. M., & Afifi, M. N. A. L. (2015). *The ABCD Validation Management Tool for Business Excellence Models 2 The Background Validation 3 The ABCD Model Analysis*. 12, 363–376.
- Salasa, A. R. (2021). Paradigma dan Dimensi Strategi Ketahanan Pangan Indonesia. *Jejaring Administrasi Publik*, 13(1), 35–48. <https://doi.org/10.20473/jap.v13i1.29357>.
- Sari, I. P., & Zuber, A. (2020). Kearifan Lokal Dalam Membangun Ketahanan Pangan Petani. *Journal of Development and Social Change*, 3(2), 25. <https://doi.org/10.20961/jodasc.v3i2.45768>.

- Sulistiyawati, N. L. G., Suarjana, I. M., & Wibawa, I. M. C. (2022). Pengembangan Media Website Berbasis Google Sites pada Materi Statistika Kelas IV Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 895–904. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.5341>.
- Utami, K. A. D., Wardani, K. D. K. A., & Gorda, A. A. N. E. S. (2023). Peningkatan Daya Saing Umkm Kuliner Di Desa Adat Panjer Melalui Pengembangan Media Pemasaran Berbasis Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i1.38458>.
- Widiati, S., & Azkia, L. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal Umkm Dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga. *Sebatik*, 27(1), 398–406. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2275>.
- Winanti, W., Goestjahjanti, F., Basuki, S., Lestari, S., & Fayzhall, M. (2023). Meningkatkan Produktivitas UMKM dan Ketahanan Pangan Melalui Pelatihan dan Penanaman Pohon pada Kampung Tematik Drum Bujana Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 6(1), 139–145. <https://doi.org/10.30591/japhb.v6i1.3940>.
- Yunni Rusmawati DJ, & Luluk Nur Azizah. (2022). Pelatihan Digital Marketing dan Inovasi Produk Hasil Olahan Udang Pada UKM Guna Mempertahankan Perekonomian di Masa Pandemi COVID 19. *International Journal of Community Service Learning*, 6(3), 351–359. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i3.48028>.
- Yustika Devi, L., Andari, Y., Wihastuti, L., & Haribowo, K. (2020). Model Sosial-Ekonomi Dan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 28(2), 103–115. <https://doi.org/10.14203/jep.28.2.2020.103-115>.
- Yuwana, S. I. P. (2022). Pemberdayaan dan Peningkatan Kualitas SDM Masyarakat dengan Menggunakan Metode Asset Based Community Development (ABCD) di Desa Pecalongan Kec. Sukosari Bondowoso. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 4(3), 330–338. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v4i3.735>.
- Zubaida, S., Riani, A. L., & Arif, A. (2023). Dampak Positif Digital Marketing Dalam Meningkatkan Perekonomian Pengrajin Bubut Kayu Di Kecamatan Kasiman Kabupaten Bojonegoro. *Bisnis Dan Studi Islam*, 1(1), 268–277. <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/KNBESI/article/view/10460>.