

Literasi Keuangan Dan Digital Marketing Untuk Desa Wisata Di Wilayah Kabupaten Cirebon

Emir Kharismar^{1*}, Toni Ari Wibowo², Hilary Flora A. T. Lasar³, Andhalia Liza Marie⁴,
Elizabeth Timothy⁵, Ariesta Tika K.P.S Putri⁶

^{1,3,4,5,6}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti, Jakarta Barat, Indonesia

²Politeknik Pariwisata Prima Internasional, Jawa Barat, Indonesia

ekharismar@stietrisakti.ac.id*

Received: July 20, 2026; Revised: July 28, 2026; Accepted: August 5, 2026

Abstrak

Pengembangan desa wisata memerlukan penguatan aspek sumber daya manusia khususnya dalam memberikan pemahaman literasi keuangan dan pemasaran digital, agar mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan meningkatkan pemahaman kelompok kerja desa wisata di Kabupaten Cirebon mengenai pengelolaan keuangan, pemanfaatan layanan dari lembaga keuangan, *branding* dan *digital marketing*. Kegiatan ini dilaksanakan tanggal 1 November 2025 di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cirebon dengan jumlah peserta sebanyak 20 kelompok kerja desa wisata. Metode pelaksanaan berupa penyampaian materi, diskusi interaktif, dan sesi tanya jawab. Kegiatan PkM merupakan kolaborasi antara 2 institusi pendidikan yaitu, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti & Politeknik Pariwisata Prima Internasional. Hasil kegiatan menunjukkan tingginya antusiasme peserta dan meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam memperkuat kapasitas pengelola desa wisata sehingga mampu meningkatkan daya saing UMKM, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan mendukung pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

Kata kunci: Desa Wisata, Digital Marketing, Literasi Keuangan, Pengabdian kepada Masyarakat, UMKM

PENDAHULUAN

Desa wisata adalah salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang berfokus pada masyarakat, berperan dalam meningkatkan ekonomi lokal melalui pemanfaatan potensi alam, budaya, dan produk kreatif. Keberadaan desa wisata dapat merangsang pertumbuhan UMKM sebagai penyedia produk dan layanan yang mendukung pariwisata. Namun, pengembangan desa wisata tidak hanya bergantung pada potensi yang ada, tetapi juga pada kemampuan komunitas dalam mengelola usaha dan memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui literasi keuangan dan pemasaran digital merupakan faktor penting dalam menciptakan desa wisata yang kompetitif dan berkelanjutan ([Andi Tenri Pada et al., 2022](#); [Hartanti et al., 2023](#); [Ilyas et al., 2023](#)).

Tidak dapat disangkal, tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital masih menjadi isu bagi pelaku UMKM dan pengelola desa wisata. Rendahnya literasi keuangan mengakibatkan pelaku usaha belum melaksanakan pencatatan keuangan dengan baik, sementara keterbatasan dalam

memanfaatkan media digital menghalangi promosi produk dan perluasan pasar. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, penggunaan teknologi keuangan, dan pemasaran digital memiliki dampak positif terhadap peningkatan kinerja, daya saing, serta pertumbuhan UMKM ([Nurjannah et al., 2024](#); [Rahwati et al., 2023](#); [Rahayu et al., 2024](#); [Purnomo et al., 2024](#); [Yusuf et al., 2024](#)).

Berdasarkan keadaan tersebut, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti bekerja sama dengan Politeknik Pariwisata Prima Internasional menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) bertema "Literasi Keuangan dan Pemasaran Digital untuk Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Cirebon." Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kelompok kerja desa wisata mengenai pengelolaan keuangan, pemanfaatan layanan keuangan, serta penerapan *branding* dan pemasaran digital sebagai langkah untuk memperkuat daya saing dan mendukung pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Kota Cirebon pada 1 November 2025. Peserta PkM kali ini adalah para ketua kelompok kerja desa wisata di Kabupaten Cirebon. Terdapat sekitar 20 kelompok kerja Desa Wisata dan masing-masing desa mengirimkan 1-2 orang wakilnya di PkM kali ini. PkM diselenggarakan di ruang serba guna Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Cirebon di daerah Sumber, Kabupaten Cirebon. PkM berlangsung dari pukul 9.45-12.30. Acara PkM dibuka oleh Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cirebon, Bapak Abraham Muhammad. Setelah itu Sekretaris P3M Trisakti School of Management, Bapak Regi Muzio Ponziani, memberikan sambutannya. Setelah sambutan dari Bapak Regi, para narasumber yang terdiri dari Bapak Arton Briyan Prasetyo, Ibu Hilary Flora Agustina Tulli Lasar, dan Ibu Andalia Liza Marie akan memaparkan materi mengenai Literasi Keuangan dan Digital Marketing. Acara PkM kali ini dipandu oleh Bapak Toni Ari Wibowo selaku moderator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Kota Cirebon pada 1 November 2025 bertujuan meningkatkan pemahaman pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif. Materi disusun secara terpadu dengan mengkombinasikan literasi keuangan dan pemasaran digital agar peserta tidak hanya mampu mengelola keuangan usaha secara sehat, tetapi juga memahami strategi membangun daya saing melalui pemanfaatan teknologi. Pendekatan ini menegaskan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau jasa, tetapi juga oleh kemampuan mengelola sumber daya keuangan serta menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan perilaku konsumen.

Pada awal kegiatan, peserta memperoleh materi mengenai konsep dasar literasi keuangan. Literasi keuangan dipahami sebagai kemampuan memahami informasi keuangan, mengelola sumber daya yang dimiliki, serta mengambil keputusan keuangan secara tepat. Kompetensi ini sangat penting bagi pelaku UMKM karena setiap keputusan bisnis berkaitan dengan penggunaan modal, pengelolaan dana, maupun pengembangan usaha. Kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan keuangan dapat menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan sehingga menghambat pertumbuhan usaha.

Materi menekankan bahwa pengelolaan keuangan tidak hanya terbatas pada pencatatan pemasukan dan pengeluaran, tetapi juga mencakup perencanaan, pengendalian, serta evaluasi kondisi keuangan usaha. Banyak pelaku UMKM masih menjalankan usaha berdasarkan pengalaman tanpa sistem pengelolaan keuangan yang terstruktur. Akibatnya, mereka kesulitan mengetahui keuntungan yang sebenarnya diperoleh, menentukan kebutuhan modal, maupun mengevaluasi efektivitas

penggunaan dana. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi langkah penting untuk menciptakan usaha yang lebih sehat, produktif, dan berkelanjutan.

Selanjutnya, peserta dikenalkan pada konsep *financial life cycle* atau siklus kehidupan keuangan. Materi ini menjelaskan bahwa pengelolaan keuangan merupakan proses berkelanjutan yang dimulai dari memperoleh pendapatan atas barang atau jasa yang dijual, mengembangkan aset melalui investasi atau pengembangan usaha, hingga mempertahankan dan mendistribusikan kekayaan secara terencana. Konsep tersebut membantu peserta memahami bahwa setiap keputusan keuangan saat ini akan mempengaruhi kondisi usaha di masa depan. Oleh sebab itu, keputusan mengenai penggunaan modal, investasi, maupun pinjaman harus mempertimbangkan manfaat dan risiko sehingga usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada keberlanjutan jangka panjang.

Permasalahan lain yang dibahas adalah masih banyaknya pelaku UMKM yang belum memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Penggunaan dana yang sama untuk kebutuhan rumah tangga dan operasional usaha menyebabkan kondisi keuangan sulit dipantau secara objektif. Dampaknya, pelaku usaha kesulitan mengetahui laba usaha maupun jumlah modal yang tersedia untuk pengembangan usaha. Terkait dengan hal tersebut, peserta didorong membiasakan pencatatan transaksi secara rutin serta memisahkan rekening usaha dan rekening pribadi agar arus keuangan lebih jelas dan mudah dievaluasi. Dengan demikian, pelaku UMKM dikenalkan dengan konsep kesatuan usaha atau *economic entity assumption* dan dapat mengimplementasikannya dalam praktik usahanya.

Materi berikutnya membahas pentingnya perencanaan keuangan sebagai dasar mencapai tujuan usaha. Perencanaan keuangan merupakan proses menyusun strategi pengelolaan pendapatan, pengeluaran, aset, dan kewajiban agar seluruh sumber daya dimanfaatkan secara optimal. Dalam kegiatan diperkenalkan konsep piramida perencanaan keuangan yang menunjukkan bahwa fondasi utama adalah menjaga arus kas tetap sehat melalui keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran. Setelah kondisi tersebut tercapai, pelaku usaha dianjurkan membangun dana darurat sebelum mengelola risiko, berinvestasi, maupun mengejar tujuan keuangan jangka panjang.

Konsep piramida tersebut memberikan pemahaman bahwa pengembangan usaha sebaiknya dilakukan setelah kondisi keuangan berada pada posisi yang stabil. Banyak UMKM yang ingin memperluas usaha tanpa memiliki cadangan dana atau pengelolaan arus kas yang memadai sehingga mengalami kesulitan ketika penjualan menurun atau biaya operasional meningkat. Oleh karena itu, penyusunan prioritas dalam pengelolaan keuangan menjadi bekal penting agar keputusan bisnis dapat diambil secara lebih bijaksana.

Peserta juga memperoleh penjelasan mengenai indikator sederhana untuk menilai kesehatan keuangan usaha. Indikator tersebut meliputi kemampuan menghasilkan surplus antara pendapatan dan pengeluaran, kemampuan mengendalikan utang sesuai kapasitas pembayaran, ketersediaan dana darurat, serta kebiasaan menabung atau berinvestasi. Indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa kondisi keuangan yang sehat tidak hanya ditentukan oleh besarnya pendapatan, tetapi juga oleh kemampuan mengelolanya secara efektif. Dengan memahami indikator tersebut, peserta dapat mengevaluasi kondisi keuangan usahanya dan menyusun langkah perbaikan yang diperlukan. Sehingga pelaku UMKM diharapkan untuk dapat mempertahankan keberlanjutan dari usahanya.

Materi selanjutnya membahas berbagai produk simpanan yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan usaha, yaitu tabungan, giro, dan deposito. Tabungan sesuai digunakan untuk kebutuhan transaksi harian karena memberikan kemudahan penyetoran dan penarikan dana. Giro lebih tepat dimanfaatkan oleh pelaku usaha dengan frekuensi transaksi tinggi karena menyediakan fasilitas pembayaran melalui cek atau bilyet giro. Sementara itu, deposito merupakan simpanan berjangka dengan tingkat imbal hasil relatif lebih tinggi, tetapi memiliki keterbatasan dalam penarikan dana sebelum jatuh

tempo. Melalui materi ini, peserta memahami bahwa setiap instrumen memiliki fungsi yang berbeda sehingga pemilihannya harus disesuaikan dengan kebutuhan usaha.

Selain memahami karakteristik produk simpanan, peserta juga diedukasi mengenai pentingnya menggunakan lembaga keuangan yang legal dan diawasi oleh otoritas berwenang. Keamanan dana menjadi aspek utama yang harus dipertimbangkan sebelum memilih tempat menyimpan dana maupun berinvestasi. Edukasi ini penting mengingat masih banyak penawaran investasi ilegal yang menjanjikan keuntungan tinggi tanpa dasar hukum yang jelas sehingga berpotensi merugikan masyarakat.

Materi berikutnya membahas manajemen risiko melalui asuransi. Dijelaskan bahwa setiap individu maupun pelaku usaha akan menghadapi berbagai risiko seperti sakit, kecelakaan, bencana, atau gangguan terhadap kegiatan usaha. Risiko tersebut dapat memberikan dampak finansial yang besar apabila tidak dipersiapkan dengan baik. Oleh karena itu, asuransi diperkenalkan sebagai instrumen perlindungan yang berfungsi mengurangi dampak kerugian finansial ketika terjadi risiko yang tidak diharapkan.

Peserta juga diberikan pemahaman bahwa asuransi bukan merupakan instrumen investasi, melainkan mekanisme perlindungan melalui pembagian risiko. Dengan memiliki perlindungan asuransi, pelaku usaha dapat menjaga stabilitas keuangan karena tidak harus menanggung seluruh beban kerugian secara mandiri. Pemahaman ini diharapkan mampu mengubah pandangan masyarakat yang selama ini menganggap premi asuransi sebagai beban, padahal sebenarnya merupakan bentuk perlindungan terhadap aset dan keberlangsungan usaha.

Selanjutnya, topik yang dibahas adalah investasi sebagai strategi meningkatkan nilai kekayaan. Investasi dijelaskan sebagai kegiatan menempatkan dana pada suatu instrumen dengan harapan memperoleh manfaat ekonomi di masa depan. Namun, setiap investasi memiliki tingkat risiko tertentu sehingga peserta diingatkan untuk mempertimbangkan aspek legalitas, rasionalitas, dan kesesuaian dengan tujuan keuangan sebelum mengambil keputusan. Prinsip tersebut bertujuan agar masyarakat tidak mudah tergiur oleh penawaran keuntungan yang tidak realistis.

Pembahasan investasi tersebut juga mencakup kepada pembahasan hubungan antara *return* dan *risk*. Instrumen dengan potensi keuntungan tinggi umumnya memiliki risiko yang lebih besar, sedangkan investasi berisiko rendah biasanya memberikan imbal hasil yang lebih stabil namun lebih kecil. Pemahaman ini membantu pelaku UMKM memilih instrumen investasi sesuai kemampuan finansial dan toleransi risiko sehingga keputusan investasi dilakukan secara rasional, bukan sekadar mengikuti tren.

Materi berikutnya membahas pemanfaatan pinjaman sebagai alternatif sumber pendanaan usaha. Pinjaman dapat menjadi sarana yang produktif apabila digunakan untuk menambah modal kerja, membeli peralatan produksi, atau mengembangkan usaha. Namun, penggunaannya harus disertai dengan perencanaan arus kas yang baik agar kewajiban pembayaran tetap dapat dipenuhi tanpa mengganggu operasional usaha. Peserta juga diingatkan mengenai kesalahan yang sering terjadi, yaitu menggunakan pinjaman untuk kebutuhan konsumtif yang tidak menghasilkan pendapatan tambahan. Kondisi tersebut hanya meningkatkan beban keuangan tanpa memberikan manfaat terhadap perkembangan usaha. Oleh karena itu, pinjaman sebaiknya dimanfaatkan untuk kegiatan produktif yang mampu meningkatkan kapasitas dan keuntungan usaha.

Secara keseluruhan, materi mengenai simpanan, asuransi, investasi, dan pinjaman menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang baik tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan, tetapi juga pada kemampuan menjaga keamanan aset, mengelola risiko, serta memilih sumber pendanaan yang sesuai. Keempat aspek tersebut saling melengkapi dalam membangun sistem keuangan usaha yang sehat dan berkelanjutan.

Selain literasi keuangan, kegiatan PKM juga memberikan materi mengenai pemasaran, branding, dan digital marketing sebagai strategi meningkatkan daya saing UMKM. Materi ini melengkapi

pembahasan keuangan karena keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengelola modal, tetapi juga oleh kemampuan memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Di era digital, pelaku UMKM dituntut mampu menyesuaikan strategi pemasaran dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

Dalam pertemuan yang diadakan tersebut dijelaskan bahwa pemasaran bukan sekadar menjual produk, tetapi merupakan proses memahami kebutuhan konsumen, menciptakan nilai tambah, serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Keberhasilan pemasaran tidak hanya diukur dari jumlah penjualan, tetapi juga dari kemampuan menciptakan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pembelian ulang dan loyalitas konsumen. Sehingga peserta diharapkan mampu menciptakan usaha yang lebih bernilai kepada para pelanggan.

Peserta kemudian memperoleh pemahaman mengenai pentingnya branding sebagai identitas usaha. Branding mencakup pembentukan citra melalui nama usaha, logo, desain kemasan, kualitas pelayanan, hingga pengalaman yang dirasakan pelanggan. Branding yang kuat akan meningkatkan pengenalan merek, membangun kepercayaan konsumen, serta menciptakan nilai tambah yang membedakan produk dari pesaing. Di sisi lain, digital marketing dijelaskan sebagai pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar. Penggunaan media sosial dan berbagai platform digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memasarkan produk secara lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien dibandingkan pemasaran konvensional.

Keberhasilan digital marketing tidak hanya bergantung pada frekuensi promosi, tetapi juga pada kualitas konten yang disampaikan. Informasi produk harus menarik, mudah dipahami, dan mampu memberikan nilai tambah bagi calon pelanggan. Selain itu, pelaku usaha perlu aktif berinteraksi dengan konsumen sehingga hubungan yang terjalin tidak berhenti pada transaksi, tetapi berkembang menjadi loyalitas pelanggan. Transformasi digital juga membuka peluang bagi UMKM untuk bersaing dengan usaha yang lebih besar karena keterbatasan lokasi tidak lagi menjadi hambatan utama dalam menjangkau konsumen.

Selain penyampaian materi, kegiatan PKM juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk berdiskusi mengenai berbagai permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha sehari-hari. Sesi diskusi berlangsung secara interaktif sehingga peserta dapat menyampaikan pengalaman, kendala, maupun strategi yang selama ini diterapkan dalam mengelola usahanya. Permasalahan yang paling sering disampaikan meliputi kesulitan melakukan pencatatan keuangan secara konsisten, keterbatasan modal usaha, penentuan harga jual produk, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Narasumber kemudian memberikan penjelasan dan alternatif solusi yang dapat diterapkan sesuai dengan karakteristik masing-masing usaha. Melalui diskusi tersebut, peserta tidak hanya memperoleh jawaban atas permasalahan yang dihadapi, tetapi juga dapat belajar dari pengalaman peserta lain sehingga proses pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan aplikatif.

Antusiasme peserta selama kegiatan juga menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM. Hal ini terlihat dari tingginya partisipasi peserta dalam sesi tanya jawab maupun diskusi. Sebagian besar peserta menunjukkan ketertarikan terhadap materi mengenai pemisahan keuangan pribadi dan usaha, penyusunan perencanaan keuangan, strategi menentukan harga jual, penggunaan pinjaman secara produktif, serta penerapan branding dan digital marketing. Tingginya partisipasi tersebut menunjukkan bahwa peserta memiliki keinginan untuk memperbaiki sistem pengelolaan usahanya agar lebih efektif dan mampu bersaing di tengah perubahan lingkungan bisnis.

Hasil kegiatan juga memperlihatkan bahwa integrasi antara literasi keuangan dan pemasaran memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada peserta. Sebelumnya, sebagian pelaku usaha lebih berfokus pada peningkatan penjualan tanpa didukung pengelolaan keuangan yang memadai,

sedangkan sebagian lainnya telah melakukan pencatatan keuangan tetapi belum memanfaatkan strategi pemasaran digital secara optimal. Setelah mengikuti kegiatan PKM, peserta memperoleh pemahaman bahwa kedua aspek tersebut harus diterapkan secara bersamaan. Pengelolaan keuangan yang baik akan menjaga stabilitas usaha, sementara strategi pemasaran yang efektif akan meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar. Dengan demikian, kegiatan PKM tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian materi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas pelaku UMKM.

Secara keseluruhan, materi PKM menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran merupakan dua aspek yang saling melengkapi. Literasi keuangan membantu pelaku UMKM mengelola sumber daya secara efektif dan menjaga stabilitas usaha, sedangkan pemasaran, branding, dan digital marketing meningkatkan kemampuan memperoleh pelanggan serta memperluas pasar. Integrasi kedua aspek tersebut memberikan fondasi yang kuat bagi UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan, meningkatkan daya saing, beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, serta memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk menciptakan nilai tambah dan memperluas peluang usaha di masa mendatang.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang mengangkat tema literasi keuangan dan *digital marketing* untuk desa wisata di wilayah Kabupaten Cirebon berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang sistematis dan strategi pemasaran digital dalam mendukung pengembangan usaha di desa wisata. Melalui penyampaian materi dan diskusi interaktif, peserta memperoleh pengetahuan mengenai pencatatan keuangan, perencanaan keuangan, pemanfaatan layanan dari lembaga keuangan, serta penerapan *branding & digital marketing* sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi literasi keuangan dan pemasaran digital memberikan pendekatan yang komprehensif dalam memperkuat kapasitas pengusaha UMKM dan pengelola desa wisata. Tingginya partisipasi peserta selama kegiatan juga mengindikasikan bahwa materi yang diberikan relevan dengan kebutuhan mereka dalam menghadapi tantangan usaha di era digital.

Dengan demikian kegiatan PkM ini tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan, tetapi juga menjadi upaya pemberdayaan masyarakat yang mendukung peningkatan daya saing di desa wisata. Selanjutnya, kegiatan serupa perlu dilanjutkan melalui program pendampingan yang lebih berkelanjutan agar implementasi pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran digital dapat diterapkan secara konsisten, sehingga mampu memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan UMKM dan pengembangan ekonomi lokal di Kabupaten Cirebon.

REFERENSI

- Andi Tenri Pada, Yahya, A. F., Isma, A., Malik, A. J., Syarief, R., Paramita, A. J., Aras, R. A., Ramdhani Sucipto, K. R., & Syamril. (2022). *Literasi keuangan dan pemasaran digital untuk membangun ekonomi desa tangguh berbasis kewirausahaan*. Jurnal Ilmiah Ecosystem, 22(2), 321–329. <https://doi.org/10.35965/eco.v22i2.1559>
- Hartanti, M. F. P., Mardita, C. N., Tirta, M., Putra, A. R. A., & Setyaningrum, I. (2023). *Literasi pemasaran digital dan teknologi keuangan sebagai sarana peningkatan omset UMKM di Probolinggo*. Jurnal Manajemen dan Sains (J-MAS), 8(1), 113–118. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.922>
- Ilyas, T. R., Deka, R. E., Batau, M. F. A., Ismail, M. F., & Chanafi, A. (2023). *Strategi pengembangan desa wisata dengan pendekatan tourism digital marketing*. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 4(4), 784–790. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i4.21125>
- Juliana Eka Putra, I. G., Putra, I. M. A., & Suardana, I. W. (2023). *Pelatihan digital marketing dalam upaya meningkatkan literasi digital UMKM Desa Keramas*. BERNAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4(3), 1872–1880.
- Nurjannah, N., dkk. (2024). *Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap pertumbuhan UMKM di Kecamatan Rappocini Kota Makassar*. JRME, 1(5), 161–173.
- Purnomo, R. F., Alie, M. S., Oktaria, E. T., Sekarsari, M., & Rini, P. (2024). *Sosialisasi pengelolaan UMKM dengan meningkatkan literasi keuangan digital di Desa Wisata Way Tebing Cepa Kabupaten Lampung Selatan*. Jurnal Pengabdian UMKM, 3(2), 93–98. <https://doi.org/10.36448/jpu.v3i2.64>
- Rahayu, S. M., Anjarwi, A. W., Anggoro, D. D., & Alfandia, N. S. (2024). *Pendampingan digital marketing bagi UMKM di Desa Wisata Bumiaji*. PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat, 9(4), 629–639. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i4.6314>
- Yusuf, Y., Christianingrum, C., & Fauzi, P. (2024). *Pendampingan UMKM dalam penggunaan digital marketing bagi pengelola Desa Wisata Perlang, Kabupaten Bangka Tengah*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(4), 6510–6516. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4692>

Halaman ini sengaja dikosongkan