

PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA PEDAGUNG KABUPATEN PEMALANG MELALUI WORKSHOP TIKTOK AFFILIATE SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING

Wildan Alfani Ahmad, Nisrina Qurrotul 'Aini, Hanina Zulfa, Hadziqotul 'Ulum, Ayu Fitriani, Desti Syefi Fitriyani, Annisa Rakhmah Subchi, Diah Rini Trimulyani, Sarpini

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto wildanal, @gmail.com, qurotulnisrina@gmail.com, zulfahanina, @gmail.com

mufkihatun@gmail.com4, ayufitriani070@gmail.com5, destisyefi02@gmail.com6, annsrhm01@gmail.com7, diahrini@gmail.com8, sarpini@uinsaizu.ac.id9

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam menunjang aktivitas ekonomi masyarakat Desa Pedagung, Kabupaten Pemalang. Aspek pembeda dari penelitian ini terletak pada penerapan platform TikTok Affiliate sebagai media digital marketing baru yang diarahkan kepada pengguna awam di lingkungan desa. Tujuan penelitian ini adalah memberdayakan masyarakat lokal dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran produk melalui media sosial, sehingga mampu memaksimalkan potensi ekonomi berbasis aset yang sudah dimiliki. Metode yang digunakan adalah Asset-Based Community Development (ABCD), yang fokus pada identifikasi dan pengembangan aset internal komunitas sebagai modal utama pemberdayaan. Pelaksanaan berupa workshop dirancang sistematis dan partisipatif, memberikan pelatihan dasar mengenai konsep affiliate marketing dan teknik pemasaran menggunakan perangkat digital yang dimiliki peserta. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dasar peserta terhadap digital marketing dan motivasi untuk mulai menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran produk lokal. Walaupun peserta masih tahap awal, kegiatan ini membuka peluang baru dalam pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendampingan berkelanjutan agar keterampilan digital dapat berkembang dan berdampak nyata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat, sekaligus mendorong transformasi sosial-ekonomi dalam konteks desa yang lebih modern dan inklusif.

Kata kunci : Pemberdayaan Ekonomi, TikTok Affiliate, Digital Marketing

Abstract

This research is motivated by the low use of digital technology in supporting the economic activities of the people of Pedagung Village, Pemalang Regency. The distinguishing aspect of this research lies in the application of the TikTok Affiliate platform as a new digital marketing media directed at ordinary users

in the village environment. The purpose of this research is to empower local communities by improving knowledge and skills in product marketing through social media, so as to be able to maximize the potential of the asset-based economy that they already have. The method used is Asset-Based Community Development (ABCD), which focuses on identifying and developing the community's internal assets as the main capital for empowerment. The implementation in the form of a workshop is designed to be systematic and participatory, providing basic training on affiliate marketing concepts and marketing techniques using digital devices owned by participants. The results showed an increase in participants' basic understanding of digital marketing and motivation to start using social media as a means of marketing local products. Although the participants are still in the early stages, this activity opens up new opportunities in technology-based economic empowerment that can be reached by the wider community. This research emphasizes the importance of continuous mentoring so that digital skills can develop and have a real impact on improving the community's economy, while encouraging socio-economic transformation in the context of a more modern and inclusive village.

Keywords : Economic Empowerment, TikTok Affiliate, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi yang terus berkembang, pemberdayaan masyarakat digital telah muncul sebagai topik yang mendapat perhatian luas dari berbagai kalangan. Digitalisasi membawa potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di pedesaan dan memberikan kesempatan baru bagi masyarakat untuk terhubung dengan pasar yang lebih luas, mendapatkan informasi terbaru, dan mengakses layanan finansial yang lebih inklusif. Dalam konteks pembangunan nasional, desa memiliki peran strategis dalam aspek sumber daya alam dan budaya, namun masih menghadapi tantangan besar dalam aspek produktivitas, akses pasar, dan kemandirian ekonomi (Genik Puji Yuhanda & Muhibudin Wijaya Laksana, 2024).

Desa Pedagung, salah satu wilayah di Kecamatan Bantarbolang, Kota Pemalang, Jawa Tengah, merupakan daerah yang masih bergantung pada sektor pertanian, peternakan, dan usaha kecil sebagai sumber pendapatan utama. Desa Pedagung menghadapi beberapa tantangan yang menghambat perkembangan ekonomi, seperti akses pasar yang terbatas, kurangnya pengetahuan dan pelatihan tentang inovasi pertanian dan bisnis, serta rendahnya kemampuan teknologi di masyarakat. Namun, dengan kemajuan teknologi digital yang semakin mudah diakses, ada kesempatan untuk meningkatkan ekonomi desa melalui penggunaan teknologi digital.

Pemberdayaan ekonomi kini banyak berfokus pada pemanfaatan teknologi digital sebagai alat strategis. Seiring perkembangan era digital, muncul beragam platform media sosial dengan potensi pemasaran yang luas dan biaya relatif rendah. Salah satunya adalah Tiktok, yang kini tidak hanya populer sebagai media hiburan, tetapi juga telah berkembang sebagai cara efektif untuk promosi melalui program affiliate marketing. Media pemasaran digital yang mampu mengangkat produk pangsa pasar lebih luas

dengan biaya yang efisien. Misalnya, pengabdian di Desa Passo dan Desa Balekerto menunjukkan peningkatan signifikan pendapatan pelaku usaha rumah tangga melalui pelatihan digital marketing berbasis platform TikTok Affiliate. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis, namun juga literasi digital ekonomi masyarakat desa sehingga dapat memanfaatkan peluang ekonomi digital secara optimal (Ali Tutupohoa, 2024).

Pemberdayaan (empowerment) masyarakat untuk meningkatkan kapasitas dan akses terhadap sumber daya digital. Transformasi digital desa adalah proses perubahan sosial sistematis yang mencakup peningkatan keterampilan digital, akses pada teknologi, serta pembentukan ekosistem ekonomi digital yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan. Pendampingan workshop TikTok Affiliate dirancang dengan pendekatan pelatihan berkelanjutan, pendampingan praktik, dan evaluasi dampak untuk memastikan masyarakat tidak hanya menguasai teknologi, tetapi mampu memanfaatkannya secara mandiri demi peningkatan kesejahteraan ekonomi (Mayyora et al., 2025).

Dalam hal ini tujuan pendampingan untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Pedagung melalui workshop TikTok Affiliate sebagai sarana pemasaran digital (Ramadhanti et al., 2025). Diharapkan peserta pelatihan dapat mengembangkan usaha dengan efektif memanfaatkan platform digital tersebut, membuka akses pasar lebih luas dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, pendampingan bertujuan mengubah pola pikir masyarakat menjadi lebih adaptif terhadap teknologi digital sebagai alat pemberdayaan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

METODE

1. Strategi/Pendekatan Pemberdayaan

Metode kegiatan KKN Angkatan 56 Kelompok 123 di Desa Pedagung, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang ini menggunakan metode Asset Based Community Development (ABCD). Pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) merupakan metode pemberdayaan masyarakat yang menekankan penggunaan dan pengembangan aset-aset lokal yang dimiliki komunitas sebagai basis utama dalam merancang dan melaksanakan kegiatan pembangunan. ABCD menggeser paradigma tradisional yang lebih fokus pada problem dan kekurangan menjadi fokus pada kekuatan dan potensi yang sudah ada di masyarakat, sehingga menjadi modal untuk mendorong perubahan positif dan berkelanjutan pemanfaatan aset yang sudah dimiliki masyarakat sebagai modal utama dalam proses pemberdayaan (Miller & Nel, 2025).

Dengan pendekatan ABCD, pemberdayaan tidak hanya berfokus pada pemecahan masalah yang ada tetapi merangsang potensi positif yang dapat tumbuh dari dalam masyarakat. Workshop TikTok Affiliate disusun sebagai upaya strategis untuk mengembangkan kapasitas digital marketing agar mampu memanfaatkan platform TikTok secara maksimal (Tamam et al., 2025). Hal ini bertujuan untuk membangun kemandirian ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital yang kini menjadi salah satu pendorong utama pemasaran produk secara luas dan efektif (Hafiyyan Kurniawan et al., 2024).

Dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Pedagung melalui workshop TikTok Affiliate, metode ABCD dilakukan melalui lima tahapan utama yang saling berkesinambungan, yakni:

a. *Discovery* (Penemuan Aset)

Tahap pertama ini bertujuan untuk mengenali dan menginventarisasi aset- aset lokal yang ada di masyarakat Desa Pedagung. Aset dapat berupa keterampilan warga yang mahir menggunakan media sosial, produk lokal yang potensial untuk dipasarkan, jaringan sosial, bahkan infrastruktur teknologi seperti ketersediaan internet dan perangkat telekomunikasi. Pendamping melakukan observasi, wawancara, dan diskusi terbuka untuk menggali seluruh potensi yang selama ini belum dimaksimalkan. Proses ini memberikan pemahaman bahwa desa memiliki modal kuat untuk digerakkan dalam usaha pemberdayaan

b. *Dream* (Mimpi Bersama)

Pada tahap ini, warga didorong untuk bermimpi bagaimana potensi yang sudah ditemukan dapat dikembangkan, misalnya menjadikan Desa Pedagung sebagai desa digital marketing yang mampu memasarkan produk secara luas melalui platform TikTok. Tahap dream ini penting untuk membangkitkan motivasi dan komitmen kolektif sebagai landasan proses pemberdayaan (Rahmawati et al., 2024).

c. *Design* (Perancangan Program)

Berdasarkan mimpi bersama tersebut, lalu merancang pelatihan workshop TikTok Affiliate dengan materi sesuai aset yang telah ditemukan dan kebutuhan masyarakat. Desain program ini mencakup materi yang akan diberikan, metode pelaksanaan, jadwal kegiatan, serta mekanisme evaluasi. Pendekatan yang partisipatif memastikan bahwa program yang dirancang sesuai konteks sosial budaya dan dapat diterapkan secara praktis.

d. *Define* (Penetapan Rencana Aksi)

Pada tahap ini dirumuskan secara detail langkah dan peran yang akan diambil oleh setiap pihak yang terlibat, termasuk pembagian tugas antara pendamping, kelompok masyarakat, dan narasumber. Penetapan strategi pelaksanaan memastikan bahwa pelatihan dan tindak lanjut berjalan lancar dan berkelanjutan. Selain itu, dibentuk struktur komunitas sebagai wadah kolaborasi dan komunikasi antar pelaku sehingga program pemberdayaan mendapat dukungan maksimal.

e. *Destiny* (Implementasi dan Keberlanjutan)

Tahap akhir ini menitikberatkan pada pelaksanaan program secara berkelanjutan dan mandiri oleh masyarakat. Pendamping memberikan support teknis dan motivasi secara berkala, sementara masyarakat aktif mengelola akun TikTok Affiliate sebagai media pemasaran produk. Keberadaan komunitas digital marketing memastikan keberlanjutan inovasi dan peluang ekonomi yang terus berkembang. Tahap destiny merupakan cek poin keberhasilan pemberdayaan berbasis aset yang memperkuat kemandirian masyarakat.

2. Tahapan Kegiatan Riset Aksi Partisipatoris

Riset aksi partisipatoris yang digunakan dalam pelaksanaan program ini terdiri dari dua tahapan utama: Penemuan Isu dan Fokus Riset Aksi, serta Proses Perencanaan, Pengorganisasian, dan Aksi Partisipatoris.

- a. Penemuan Isu dan Fokus Riset Aksi: Pada tahap awal, pendamping bersama komunitas melakukan observasi, wawancara, dan diskusi kelompok untuk menggali masalah, potensi, dan kebutuhan yang berhubungan dengan pengembangan ekonomi dan literasi digital masyarakat. Hal ini dilakukan secara partisipatif agar fokus riset benar-benar mencerminkan aspirasi dan realitas komunitas.
- b. Proses Perencanaan, Pengorganisasian, dan Aksi Partisipatoris: Setelah isu difokuskan, pendamping dan masyarakat menyusun rencana aksi secara bersama yang mengacu pada aset yang ditemukan. Proses ini berlanjut dengan pengorganisasian komunitas, pembagian tugas, serta pelaksanaan kegiatan partisipatoris seperti pelatihan pembuatan konten TikTok, pembentukan komunitas digital marketing, dan monitoring hasil implementasi. Pendekatan partisipasi ini mendorong rasa memiliki dan tanggung jawab masyarakat sehingga aktivitas pemberdayaan berjalan efektif dan berkelanjutan.

3. Pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program pemberdayaan ini meliputi:

- a. Masyarakat Desa Pedagung sebagai subjek utama pemberdayaan, terutama kelompok muda/karang taruna yang menjadi fokus sasaran.
- b. Pendamping lokal dan fasilitator dari mahasiswa yang mengorganisasi dan memandu seluruh tahap proses riset aksi dan pelatihan digital marketing.
- c. Pemerintah desa dan dinas terkait (seperti Dinas Kominfo Kabupaten Pematang Jaya) yang memberikan dukungan administratif dan teknis.
- d. Narasumber ahli di bidang digital marketing dan media sosial yang memberikan materi workshop dan mentoring praktis.

4. Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Tempat kegiatan dilakukan di Pendopo Kantor Balai Desa Pedagung. Pelatihan dilakukan pada 13 Agustus 2025. Pelaksanaan workshop dan pendampingan dilakukan dengan metode tatap muka dan praktik langsung di lapangan dari pemaparan materi terkait Tiktok affiliate, pendampingan cara membuat akun Tiktok Affiliate, dilanjut dengan cara menautkan keranjang kuning ke dalam video yang sudah siap upload, tips and trick supaya video FYP dan menarik yang tentunya dapat digunakan agar lebihb mudah mendapatkan penghasilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika proses pendampingan pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Pedagung Kabupaten Pematang Jaya melalui Workshop TikTok Affiliate menunjukkan rangkaian kegiatan yang komprehensif dan sistematis dengan orientasi pada penguatan kapasitas digital masyarakat. Kegiatan utama dimulai dengan sosialisasi potensi TikTok Affiliate sebagai media pemasaran digital yang tidak hanya merupakan hiburan, tetapi

juga sumber penghasilan alternatif yang menjanjikan bagi warga desa. Pelatihan yang bertajuk “Konten Asik, Cuan Menarik” ini difokuskan pada pembekalan teori sekaligus praktik langsung, seperti teknik pembuatan konten kreatif, pengelolaan akun TikTok Affiliate, serta optimalisasi waktu unggah untuk menjangkau pasar digital yang luas.

Proses pendampingan di Desa Pedagung, yang berjalan secara partisipatif dan sistematis, menghasilkan perubahan sosial yang signifikan. Teori perubahan sosial menegaskan bahwa pembentukan pranata sosial baru, yaitu komunitas digital marketing yang terorganisir, merupakan manifestasi penting dari transformasi sosial yang adaptif terhadap teknologi. Peralihan perilaku masyarakat dari pengguna pasif media sosial menjadi pelaku aktif pemasaran digital menggambarkan perubahan norma dan kebiasaan yang menjadi indikator penting perubahan sosial (Dewi et al., 2025). Proses pendampingan melibatkan perwakilan masyarakat dari berbagai dusun di Desa Pedagung dengan narasumber yang memiliki pengalaman praktik digital marketing. Persiapan yang matang dari segi konsep acara, pemilihan narasumber, dan fasilitas teknis menjamin kelancaran pelaksanaan meski ada kendala teknis kecil. Bentuk aksi teknis berupa pendampingan pembuatan akun TikTok Affiliate, dilanjut dengan cara menautkan keranjang kuning ke dalam video yang sudah siap upload, tips and trick supaya video FYP, praktik transaksi penjualan melalui fitur TikTok Affiliate. Aksi program tersebut diarahkan untuk mendukung kondisi yang diharapkan yakni peningkatan literasi digital, pengembangan kapasitas pemasaran online, dan pembukaan peluang ekonomi baru bagi masyarakat desa (Musyiqqudin & Cici Insiyah, 2025). Contohnya Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Masyarakat Desa Balekerto melalui Sosialisasi Program TikTok Affiliate memperlihatkan bagaimana sosialisasi dan pelatihan digital platform seperti TikTok dapat membuka peluang pendapatan baru, khususnya untuk perempuan rumah tangga yang sebelumnya tidak berpenghasilan (Al-Hanif et al., 2024).

Secara sosial, kegiatan ini berimplikasi pada munculnya pranata baru berupa komunitas digital marketing yang secara bersama-sama mengelola akun TikTok Affiliate dan saling berbagi pengalaman. Perubahan perilaku masyarakat terlihat dari peningkatan antusiasme menggunakan media digital sebagai media promosi produk lokal dibandingkan cara konvensional sebelumnya. Selain itu, workshop ini juga melahirkan pemimpin lokal baru yang berperan aktif sebagai motivator dan fasilitator dalam mengadopsi teknologi digital serta terus mendorong masyarakat desa untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi (Muhammad Syaghani et al., 2025). Kepala Desa Pedagung sendiri memberikan apresiasi tinggi dan mendorong partisipasi aktif seluruh warga sehingga dampak program bersifat luas dan berkelanjutan.

Kesadaran baru masyarakat terhadap pentingnya literasi digital menjadi fase transisi kritis menuju pembangunan sosial berkelanjutan. Metode Asset-Based Community Development (ABCD) yang mengedepankan pemberdayaan berbasis aset lokal dan partisipasi aktif masyarakat sangat relevan dalam (Suprihatiningsih & Istikhomah, 2023). Secara keseluruhan, pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Pedagung melalui workshop TikTok Affiliate tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis digital marketing, tetapi juga menciptakan perubahan pranata sosial, perilaku, kepemimpinan lokal, dan kesadaran kolektif yang mendukung transformasi sosial digital yang inklusif dan berkelanjutan.



Gambar 1. Penyampaian materi TikTok Affiliate Divisi PDD KKN Kelompok 123



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Divisi PDD KKN Kelompok 123

KESIMPULAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Pedagung melalui workshop TikTok Affiliate menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital sebagai alat pemasaran efektif dapat meningkatkan kapasitas dan literasi digital masyarakat desa secara signifikan. Pendampingan yang dilakukan dengan metode partisipatif dan menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) berhasil memaksimalkan aset lokal yang ada untuk mendorong kemandirian ekonomi berbasis digital. Proses tersebut berhasil menginisiasi perubahan sosial yang nyata berupa pembentukan komunitas digital marketing yang terorganisir, perubahan perilaku masyarakat dari pengguna pasif menjadi pelaku aktif ekonomi digital, serta kemunculan pemimpin lokal baru yang berperan sebagai agen perubahan.

Transformasi perilaku dan pranata sosial ini memperkuat kesadaran kolektif akan pentingnya literasi digital dan ekonomi digital sebagai fase transisi menuju pembangunan sosial yang inklusif dan berkelanjutan. Workshop ini tidak hanya membuka peluang pendapatan baru dan memperluas akses pasar bagi pelaku usaha lokal, tetapi juga menumbuhkan budaya adaptasi teknologi yang dapat menjaga kelangsungan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa ke depan. Keberhasilan program ini menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis teknologi digital yang dikombinasikan dengan penguatan aset lokal dan partisipasi aktif masyarakat adalah strategi efektif dalam menghadapi tantangan pembangunan ekonomi di desa di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hanif, E. T., Putri, R. O., Agustin, D., & Sari, N. P. (2024). Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Masyarakat Desa Balekerto melalui Sosialisasi Program TikTok Affiliate bersama PKK Milenial. *Jurnal Bina Desa*, 6(1), 40–45. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jurnalbinadesa>
- Ali Tutupohoa, M. R. S. dkk. (2024). Pemanfaatan Digitalisasi Sebagai Alat Pemberdayaan Ekonomi Bagi Komunitas Rural Desa Passo, Kecamatan Baguala, Kota Ambon. *Community Engagement & Emergence Journal*, 5(2), 494–500.
- Dewi, B. S., Firdaus, R., Sayhel, A., Pratama, N., Berlian, A., Qurrotun, N., Atiqoh, N., Sihalohe, I. A., Harahap, E. S., & Tengah, K. L. (2025). *Perkembangan Digital Marketing pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kampung Sidokerto, Kecamatan Bumi Ratu Nuban, Kabupaten Lampung Tengah Development of Digital Marketing in Micro, Small and Medium Lampung Regency Kampung Sidokerto, yang terletak*. 4(1), 59–72.
- Genik Puji Yuhanda, & Muhibudin Wijaya Laksana. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Digital. *Community Empowerment: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 27–34. <https://doi.org/10.15575/commen.v2i1.720>
- Hafiyyan Kurniawan, F., Santoso, B., Sobandi, A., Afini Maulana, M., & Dwi Fitriana, G. (2024). *J U R N A L N U A N S A A K A D E M I K Jurnal Pembangunan Masyarakat (p)-SA 4.0 license Implementasi Asset Based Community Development: Strategi Peran Pemimpin dalam Pemberdayaan Masyarakat berbasis Circular Economic pada Unit Usaha Syariah*. 9(1), 197–216.
- Mayyora, R., Brawijaya, U., Sholihah, Q., Wanusmawatie, I., & Haris Wanto, A. (2025). Digital Transformation of Villages and Its Implications for Sustainable Development: Literature Review Approach. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 5(2), 100– 111.
- Miller, R., & Nel, H. (2025). Asset-Based Community Development. *Strengths-Based Practice in Adult Social Work and Social Care*, 104–112. <https://doi.org/10.4324/9781003424383-10>
- Muhammad Syaghani, Habibullah Ahmad, & Nurul Hidayat. (2025). Meningkatkan UMKM Melalui Pemasaran Digital (Brand Awareness) di Desa Pasireurih. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–84. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v3i1.1560>
- Musyiqqudin, & Cici Insiyah. (2025). TikTok Affiliate Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Dalam Pengembangan Usaha Digital. *Al-Tsiqoh*, 10(1), 64–82.

Rahmawati, A., Peachilia, I. P. P., Hanifah, D. S., & Humaedi, S. (2024). Potensi Implementasi Pendekatan Asset Based Community Development (Abcd) Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Wisata Cigadung Ifally Pramesia Putri Peachilia. *PEKSOS: Jurnal Ilmiah Pekerja Sosial*, 23(1), 118–141.

<https://jurnal.poltekesos.ac.id/index.php/peksos/index>

Ramadhanti, G. A., Idris, I., & Holisah, S. (2025). Pemanfaatan afiliasi tiktok sebagai strategi digitalisasi bisnis untuk peningkatan ekonomi lokal. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 8(2), 307–323.

<https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i2.23306>

Suprihatiningsih, & Istikhomah, F. (2023). Pengembangan Potensi Lokal Di Dusun Kuripan Dengan Pendekatan Asset-Based Community Development. *Jurnal SOLMA*, 12(2), 632–639. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i2.11502>

Tamam, B., Abdul Majid Khan, H., Nurhasanah, S., Nazidah, H., Annurrohman, S., Azzahra Putri Fadjar, H., Tria Vanda Sari, V., Firjatullah, M. F., Maharani, A., Fatimatuzzahro, Tajuddin, A., Ali Wafa, M., Robit Azizi, M., Azzah Faiqoh, A., Haniful Khair, M., & Haivih,

Y. (2025). Strategi Branding Desa Berbasis ABCD: Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial bagi Masyarakat Desa Cumedak. *Khidmah Nusantara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 186–202. <https://doi.org/10.69533/etzb7195>

