

Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat melalui Penguatan Literasi, Sosial, dan UMKM dalam Mendukung Pengembangan Potensi Desa Cihaur

Musfi Yuliadi¹, Muhammad Fabiyan Putra², Girard Apriansyah³, Fadillah Noviyani⁴, Ratu Yasmine Zinta Soeridiningrat⁵, Sifa Tri Nopiyanti⁶, Nadya Azzahra Setiyadi⁷, Putri Septiana Dewi⁸, Ima Nurul Fatimah⁹, Tiara Agustina Evania¹⁰, Nur Fijri Ramadhini¹¹, Nazwa Sofiyatul Elyas¹², Faisal Ilhami Putra Rahayu¹³, Fawwaz Saefullah Ramdhan¹⁴, Cahya Hami Patara¹⁵, Dzicky Zulkarnaen¹⁶

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16} Universitas Swadaya Gunung Jati, Indonesia

Received : 13 September 2026, Revised : 24 September 2026, Published : 02 Oktober 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Muhammad Fabiyan Putra

E-mail: m.fabiyanputra@gmail.com

Abstrak

Pemberdayaan masyarakat di Desa Cihaur masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam aspek literasi, sosial, dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi masyarakat melalui penguatan literasi, sosial, dan UMKM guna mendukung pengembangan desa. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan masyarakat dalam identifikasi kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Sasaran kegiatan meliputi anak-anak, pemuda, masyarakat, dan pelaku UMKM. Program dilaksanakan melalui kegiatan literasi di sekolah, pengembangan dan relokasi Taman Bacaan Masyarakat, apresiasi literasi tingkat desa, kegiatan sosial bersama anak-anak yatim piatu, edukasi literasi keuangan, serta pendampingan UMKM melalui inovasi produk dan pengembangan branding usaha. Kegiatan ini mampu menghasilkan relokasi dan penataan Taman Bacaan Masyarakat, peningkatan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan literasi dan sosial, serta pengembangan produk UMKM melalui inovasi varian produk, pengembangan branding (logo, kemasan, banner), dan penyediaan sarana pengemasan. Kegiatan ini memberikan nilai tambah melalui integrasi aspek pendidikan, sosial, dan ekonomi berbasis kebutuhan masyarakat dalam satu pendekatan pemberdayaan yang mendukung peningkatan kapasitas dan pengembangan potensi Desa Cihaur secara berkelanjutan.

Kata kunci – literasi, pemberdayaan masyarakat, pengembangan desa, sosial, UMKM

Abstract

Community empowerment in Cihaur Village faces several challenges, particularly in the areas of literacy, social participation, and the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This community service program aimed to optimize community potential by strengthening literacy, social participation, and MSME development to support village development. The program was implemented using a Participatory Action Research (PAR) approach that involved community members in needs identification, planning, implementation, and evaluation. The target participants included children, youth, community members, and MSME actors. The program consisted of school-based literacy activities, the development and relocation of the Community Reading

Center (Taman Bacaan Masyarakat), a village-level literacy appreciation program, social activities with orphaned children, financial literacy education, and MSME assistance through product innovation and business branding development. The program resulted in the relocation and improvement of the Community Reading Center, increased community participation in literacy and social activities, and MSME product development through product variant innovation, branding development involving logos, packaging, and banners, as well as the provision of packaging equipment. The program provided added value by integrating educational, social, and economic aspects based on community needs into a single empowerment approach that supports capacity building and the sustainable development of Cihaur Village's potential.

Keywords – community empowerment, literacy, MSMEs, social participation, village development

How To Cite : Yuliadi, M., Putra, M. F., Apriansyah, G., Noviyani, F., Soeridiningrat, R. Y. Z., Nopiyanti, S. T., Setiyadi, N. A., Dewi, P. S., Fatimah, I. N., Evania, T. A., Ramadhini, N. F., Elyas, N. S., Rahayu, F. I. P., Ramdhan, F. S., Patara, C. H., & Zulkarnaen, D. *Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat melalui Penguatan Literasi, Sosial, dan UMKM dalam Mendukung Pengembangan Potensi Desa Cihaur*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 4(8), 4390 - 4403. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v4i8.5248>

Copyright ©2026 Musfi Yuliadi, Muhammad Fabiyan Putra, Girard Apriansyah, Fadillah Noviyani, Ratu Yasmine Zinta Soeridiningrat, Sifa Tri Nopiyanti, Nadya Azzahra Setiyadi, Putri Septiana Dewi, Ima Nurul Fatimah, Tiara Agustina Evania, Nur Fijri Ramadhini, Nazwa Sofiyatul Elyas, Faisal Ilhami Putra Rahayu, Fawwaz Saefullah Ramdhan, Cahya Hami Patara, Dzicky Zulkarnaen

PENDAHULUAN

Desa Cihaur merupakan salah satu desa di Kecamatan Ciawigebang, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat yang terdiri dari Dusun Situ, Dusun Keramat, Dusun Cibangunan, dan Dusun Cirandeg, dengan 16 RT dan 4 RW. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN), Desa Cihaur memiliki potensi dalam bidang pendidikan, sosial, dan ekonomi. Namun, beberapa potensi tersebut masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan dan pemanfaatannya. Kondisi tersebut terlihat dari masih perlunya penguatan kegiatan literasi bagi anak, penataan sarana taman baca, pengembangan interaksi sosial, serta penguatan identitas dan pemasaran produk UMKM masyarakat.

Pada bidang pendidikan, salah satu kebutuhan yang ditemukan adalah penguatan kemampuan literasi anak-anak sekolah dasar. Kegiatan literasi tidak hanya diarahkan pada kemampuan membaca, tetapi juga pada kemampuan memahami, mengulas, dan menyampaikan kembali isi bacaan. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan literasi, peserta berasal dari beberapa sekolah di Desa Cihaur, yaitu SD Negeri 1 Cihaur kelas 2, 3, dan 6, SD Negeri 2 Cihaur kelas 2, 3, dan 4, serta MI 1 Al Ihya Cihaur kelas 2, 3, dan 6. Kegiatan tersebut dilaksanakan melalui membaca nyaring, Cerdas Mengulas Buku, dan menulis cerita berbasis buku bacaan. Hal ini menunjukkan adanya keterlibatan anak dari beberapa jenjang kelas dan sekolah dalam kegiatan literasi di Desa Cihaur. Kegiatan kemudian dilengkapi dengan lomba membaca puisi yang diikuti oleh 26 siswa dari berbagai kelas dan sekolah yang berada di Desa Cihaur sebagai bentuk apresiasi sekaligus ruang bagi anak untuk mengembangkan kemampuan membaca dan mengekspresikan isi bacaan.

Penguatan literasi juga membutuhkan sarana yang dapat digunakan secara mudah dan berkelanjutan oleh masyarakat. Taman Bacaan Masyarakat (TBM) dapat menjadi salah satu sarana yang mendukung kebiasaan membaca sekaligus menjadi sumber belajar bagi anak-anak di lingkungan desa. Keberadaan taman baca di lingkungan desa dapat berperan sebagai sumber belajar dan sarana pendidikan bagi anak-anak (Sebastiano et al., 2024). Namun, berdasarkan hasil observasi, kondisi TBM Desa Cihaur sebelum dilakukan pendampingan masih memiliki keterbatasan dari sisi aksesibilitas. Lokasi TBM sebelumnya relatif sulit dijangkau oleh masyarakat, khususnya anak-anak yang menjadi sasaran kegiatan literasi. Kondisi tersebut berpotensi membatasi pemanfaatan TBM sebagai ruang membaca dan belajar.

Berdasarkan kondisi tersebut, dilakukan penataan kembali TBM melalui perpindahan lokasi ke tempat yang lebih mudah dijangkau oleh masyarakat. Selain permasalahan lokasi, hasil observasi juga menunjukkan bahwa buku-buku yang tersedia belum tertata dalam sistem pendataan yang jelas. Koleksi buku sebelumnya belum memiliki pendataan dan nomor identifikasi yang teratur, serta belum diberikan tanda kepemilikan secara sistematis. Oleh karena itu, dilakukan pendataan koleksi buku, pemberian stempel, dan pemberian nomor identifikasi/*inventaris* pada buku. TBM tersebut kemudian diberi nama “Tunas Sakti Mandiri” sebagai identitas baru. Perubahan tersebut diarahkan untuk membuat TBM lebih mudah diakses sekaligus memiliki pengelolaan koleksi yang lebih tertata sehingga dapat digunakan sebagai ruang membaca dan belajar masyarakat.

Permasalahan yang ditemukan tidak hanya berkaitan dengan pendidikan, tetapi juga dengan kehidupan sosial masyarakat. Melalui program “Cihaur Charity Moment”, yang diikuti oleh 20 anak yatim piatu. Anak-anak yatim piatu di Desa Cihaur diajak melakukan kegiatan bersama di Woodland Kuningan sebagai bentuk kepedulian dan kebersamaan. Kegiatan ini memberikan kesempatan kepada anak-anak untuk memperoleh pengalaman rekreatif sekaligus berinteraksi, membangun kebersamaan, dan menciptakan suasana yang menyenangkan. Kegiatan tersebut menjadi bagian dari penguatan literasi sosial karena masyarakat tidak hanya membutuhkan kemampuan akademik, tetapi juga kepedulian terhadap lingkungan dan sesama serta kemampuan membangun hubungan sosial yang positif.

Pada bidang ekonomi, sebagian masyarakat Desa Cihaur bekerja sebagai petani, pedagang, dan pekerja swasta, sedangkan sebagian lainnya bekerja secara serabutan maupun merantau. Berdasarkan hasil observasi, terdapat usaha masyarakat yang telah berjalan tetapi masih memiliki keterbatasan dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas. Salah satunya adalah usaha keripik singkong milik Ibu Eha. Sebelum dilakukan pendampingan, produk keripik singkong tersebut belum memiliki media promosi yang dapat memberikan identitas dan informasi produk kepada masyarakat secara lebih luas. Kondisi tersebut menyebabkan produk masih membutuhkan penguatan dari sisi pengenalan dan identitas usaha.

Untuk menjawab kondisi tersebut, dilaksanakan seminar literasi keuangan dan digitalisasi UMKM. Materi yang diberikan mencakup pengelolaan keuangan pribadi dan usaha, bahaya judi online (judol) dan pinjaman online (pinjol), serta pengenalan branding dan pemasaran digital. Kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan keuangan sekaligus memberikan pengetahuan mengenai pentingnya identitas produk dan pemasaran dalam pengembangan usaha. Pendampingan digital marketing pada UMKM desa juga telah dilakukan dalam kegiatan pengabdian sebelumnya, termasuk melalui pelatihan yang diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran produk UMKM (Purbowo et al., 2023).

Pendampingan secara langsung kemudian dilakukan kepada usaha keripik singkong milik Ibu Eha melalui program *One Village One Product* (OVOP). Pendampingan dilakukan dengan memberikan banner sebagai media pengenalan produk kepada masyarakat serta melakukan inovasi rasa pada produk keripik singkong. Sebelum pendampingan, produk masih dipasarkan secara sederhana dan belum memiliki media visual yang dapat memperkuat pengenalan produk. Pemberian banner diharapkan dapat membantu masyarakat mengenali produk dan usaha yang dijalankan, sedangkan inovasi rasa dilakukan untuk memberikan variasi pilihan kepada konsumen. Penguatan identitas melalui media visual, logo, kemasan, dan pengembangan produk sejalan dengan kegiatan pengabdian pada UMKM keripik singkong yang menjadikan branding sebagai bagian dari strategi pengembangan produk (Oktavyan Dwi Irianto & Fatchur Rozzi, 2023). Pendampingan branding dan digital marketing pada UMKM desa juga telah dilakukan dalam kegiatan pengabdian terdahulu (Varadisa & Ridho, 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan antara potensi yang dimiliki masyarakat Desa Cihaur dengan kondisi sarana, pengetahuan, dan pengelolaan yang tersedia. Pada bidang literasi, anak-anak memiliki kebutuhan untuk mengembangkan kemampuan membaca dan memahami

bacaan, sementara akses terhadap ruang baca sebelumnya masih terbatas karena lokasi TBM yang sulit dijangkau dan pengelolaan koleksi yang belum tertata. Pada bidang sosial, terdapat kebutuhan untuk menciptakan kegiatan yang dapat memperkuat interaksi dan kepedulian terhadap sesama. Sementara itu, pada bidang ekonomi, usaha masyarakat telah berjalan tetapi masih membutuhkan penguatan dalam pengenalan produk, media promosi, dan inovasi produk. Kesenjangan tersebut menjadi dasar dilaksanakannya kegiatan pengabdian yang tidak hanya berfokus pada satu permasalahan, tetapi menyesuaikan dengan beberapa kebutuhan masyarakat yang ditemukan selama observasi.

Penggabungan aspek literasi, sosial, dan ekonomi dalam kegiatan pengabdian ini menjadi bagian dari pendekatan yang disesuaikan dengan kondisi Desa Cihaur. Ketiga aspek tersebut tidak dipilih secara terpisah, tetapi berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan masyarakat selama pelaksanaan KKN. Aspek literasi diarahkan pada penguatan kemampuan anak dan pengelolaan sarana membaca, aspek sosial diarahkan pada penguatan kepedulian dan kebersamaan, sedangkan aspek ekonomi diarahkan pada peningkatan kapasitas masyarakat dan penguatan identitas produk UMKM. Dengan demikian, kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan intervensi pada satu kelompok sasaran, tetapi mencakup beberapa kelompok masyarakat sesuai dengan permasalahan dan potensi yang ditemukan di desa.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yang menempatkan masyarakat sebagai bagian dari proses pengenalan masalah, perencanaan, pelaksanaan tindakan, dan evaluasi. Dalam kegiatan di Desa Cihaur, pendekatan tersebut diawali dengan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi masyarakat, dilanjutkan dengan penentuan program berdasarkan kebutuhan yang ditemukan, pelaksanaan kegiatan bersama masyarakat, serta evaluasi terhadap hasil kegiatan. Pendekatan PAR juga telah digunakan dalam kegiatan pemberdayaan UMKM desa, dengan masyarakat dilibatkan dalam proses perencanaan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi (Sufaidah et al., 2025). Penggunaan PAR dalam kegiatan ini memungkinkan program disusun berdasarkan kondisi nyata di lapangan, termasuk kebutuhan terhadap akses TBM, pengelolaan koleksi buku, kegiatan literasi anak, kegiatan sosial, serta pengembangan produk UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Cihaur melalui penguatan literasi, sosial, dan UMKM. Kegiatan yang dilakukan meliputi literasi di sekolah, pengelolaan TBM Tunas Sakti Mandiri, lomba membaca puisi, kegiatan Cihaur Charity Moment, seminar literasi keuangan dan digitalisasi UMKM, serta pendampingan produk keripik singkong melalui OVOP. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat budaya literasi anak, meningkatkan akses dan pengelolaan sarana membaca, memperkuat kepedulian sosial, meningkatkan pemahaman masyarakat dalam mengelola keuangan, serta membantu UMKM memperkuat pengenalan produk melalui inovasi dan branding.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Cihaur, Kecamatan Ciawigebang, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, pada 01 Agustus sampai 02 September 2026. Kegiatan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menempatkan masyarakat dan pihak terkait sebagai bagian aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Pendekatan partisipatif digunakan agar program yang dilaksanakan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat di lapangan.

Tahap pertama adalah identifikasi kondisi dan permasalahan. Identifikasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan. Observasi dilakukan untuk melihat kondisi kegiatan literasi di sekolah, pengelolaan TBM, kondisi sosial masyarakat, serta kondisi UMKM yang menjadi sasaran pendampingan. Wawancara dilakukan dengan pemerintah desa, tenaga pendidik, pengelola TBM, dan pelaku UMKM untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi. Hasil identifikasi kemudian digunakan sebagai dasar dalam menentukan bentuk program yang akan dilaksanakan.

Tahap kedua adalah perencanaan secara partisipatif. Tim pengabdian bersama pihak yang terlibat menyusun bentuk kegiatan berdasarkan hasil identifikasi. Pemerintah desa berperan memberikan informasi mengenai kondisi dan kebutuhan masyarakat serta membantu koordinasi kegiatan. Tenaga pendidik berperan dalam menentukan sasaran dan bentuk kegiatan literasi. Pengelola TBM terlibat dalam penataan dan pendataan koleksi buku, sedangkan pelaku UMKM dilibatkan dalam menentukan kebutuhan pengembangan produk. Tim pengabdian berperan dalam menyusun teknis kegiatan, menyediakan media pendukung, serta memberikan pendampingan. Perencanaan kegiatan UMKM juga memperhatikan pentingnya penguatan identitas dan branding produk melalui logo, media promosi, dan kemasan (Satriadi et al., 2024).

Tahap ketiga adalah pelaksanaan tindakan *action*. Program literasi dilaksanakan di SDN 1 Cihaur, SDN 2 Cihaur, dan MI Al-Ihya Cihaur melalui kegiatan membaca, membaca nyaring, Cerdas Mengulas Buku, dan menulis cerita berbasis buku. Selain itu, dilaksanakan lomba membaca puisi yang melibatkan sekitar 26 siswa dari berbagai kelas dan sekolah di Desa Cihaur. Penguatan literasi juga dilakukan melalui pengelolaan TBM Tunas Sakti Mandiri dengan memindahkan lokasi TBM ke tempat yang lebih mudah diakses, melakukan penataan koleksi, memberikan stempel, serta memberikan nomor identifikasi atau inventaris pada buku.

Program sosial dilaksanakan melalui Cihaur Charity Moment dengan melibatkan 20 anak yatim piatu dalam kegiatan bersama di Woodland Kuningan. Kegiatan diarahkan untuk membangun interaksi, kepedulian, dan kebersamaan antarpeserta.

Pada aspek ekonomi, kegiatan dilakukan melalui seminar literasi keuangan dan digitalisasi UMKM yang diikuti oleh 50 peserta. Materi mencakup pengelolaan keuangan, bahaya judi online dan pinjaman online, branding, serta pemasaran digital. Kegiatan literasi keuangan dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi, dan interaksi dengan peserta, sebagaimana bentuk pelatihan yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman pengelolaan keuangan pelaku UMKM (Seleky & Jacsy Tubalawony, 2024). Pendampingan juga diarahkan pada pemahaman pembukuan dan pengelolaan keuangan sederhana sebagai bagian dari penguatan literasi keuangan (Desi et al., 2024).

Selanjutnya, dilakukan pendampingan langsung terhadap satu pelaku UMKM keripik singkong melalui program *One Village One Product* (OVOP). Pendampingan meliputi pemberian media promosi berupa banner, pengembangan varian rasa, pembuatan logo, perbaikan kemasan, serta pemberian alat press. Penguatan identitas visual dan media promosi dilakukan sebagai bagian dari upaya memperkenalkan produk dan meningkatkan daya tarik produk UMKM (Astuti & Kusuma, 2024). Pemanfaatan media digital juga diperkenalkan sebagai salah satu alternatif dalam memperluas pemasaran produk UMKM (Fauzi et al., 2024).

Tahap keempat adalah monitoring, evaluasi, dan refleksi. Monitoring dilakukan selama pelaksanaan kegiatan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan. Evaluasi dilakukan berdasarkan indikator yang telah ditentukan untuk setiap program. Pada kegiatan literasi, indikator meliputi keterlibatan siswa dalam membaca, membaca nyaring, mengulas buku, menulis cerita, dan membaca puisi. Pada pengelolaan TBM, indikator meliputi keterjangkauan lokasi, penataan koleksi, serta adanya identifikasi dan pendataan buku. Pada kegiatan sosial, indikator meliputi keterlibatan peserta dan terlaksananya kegiatan sesuai sasaran. Pada seminar, indikator meliputi kehadiran peserta, keterlibatan dalam diskusi, serta pemahaman terhadap materi yang disampaikan. Pada kegiatan UMKM, indikator meliputi tersedianya media promosi, adanya inovasi varian rasa, perbaikan identitas dan kemasan produk, serta tersedianya alat pendukung produksi.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data dikelompokkan berdasarkan tiga fokus utama kegiatan, yaitu literasi, sosial, dan pemberdayaan UMKM. Hasil pelaksanaan kemudian dibandingkan dengan kondisi awal yang ditemukan pada tahap identifikasi untuk melihat perubahan dan ketercapaian program. Selanjutnya, dilakukan refleksi bersama pihak yang terlibat untuk

mengidentifikasi kendala, hasil kegiatan, serta kemungkinan tindak lanjut program agar dapat dilanjutkan setelah kegiatan pengabdian selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cihaur dilaksanakan dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan ini diterapkan dengan melibatkan pihak yang berkaitan langsung dengan kegiatan, mulai dari tenaga pendidik, siswa, pengelola TBM, masyarakat, hingga pelaku UMKM. Hasil kegiatan tidak hanya dilihat dari terlaksananya program, tetapi juga dari perubahan yang dapat diamati berdasarkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Data perubahan diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan selama kegiatan berlangsung.

Program literasi dilaksanakan di SDN 1 Cihaur, SDN 2 Cihaur, dan MI Al-Ihya Cihaur. Kegiatan yang diberikan meliputi membaca, membaca nyaring, Cerdas Mengulas Buku, serta menulis cerita berdasarkan buku yang telah dibaca. Sebelum kegiatan dilaksanakan, beberapa siswa masih terlihat malu ketika diminta membaca atau tampil di depan teman-temannya. Kondisi tersebut terlihat ketika siswa masih ragu untuk maju dan cenderung menunggu ditunjuk oleh guru atau pelaksana kegiatan.

Setelah kegiatan dilakukan secara bertahap, perubahan yang cukup terlihat adalah siswa menjadi lebih berani untuk maju ke depan dan menyampaikan hasil bacaannya. Kegiatan membaca nyaring memberikan kesempatan kepada siswa untuk terbiasa membaca dengan suara yang dapat didengar oleh teman-temannya. Siswa juga diberi kesempatan untuk menyampaikan kembali isi bacaan sehingga kegiatan tidak hanya berfokus pada kemampuan membaca, tetapi juga keberanian untuk berbicara di depan orang lain. Temuan tersebut sejalan dengan kegiatan pengabdian (Pasopati et al., 2025) yang menunjukkan bahwa kegiatan *reading aloud* dapat mendukung motivasi, kepercayaan diri, dan kemampuan siswa dalam melakukan pembacaan di depan orang lain.

Perubahan juga terlihat pada kegiatan menulis cerita. Sebelum menulis, siswa terlebih dahulu membaca buku cerita yang telah disediakan. Isi cerita kemudian dianalisis menggunakan unsur 5W+1H, yaitu *what, who, when, where, why, dan how*. Dari hasil analisis tersebut, siswa mencoba menyusun kembali cerita menggunakan pemahaman mereka sendiri. Cara ini membuat siswa tidak langsung diminta menulis tanpa bahan, tetapi terlebih dahulu memahami isi cerita dan mengambil informasi penting dari bacaan.

Hasil pengamatan selama kegiatan menunjukkan bahwa siswa menjadi lebih mudah dalam merangkai cerita setelah membaca dan menganalisis isi buku. Beberapa siswa yang pada awalnya masih bingung menentukan isi cerita dapat menggunakan informasi dari buku sebagai dasar untuk menyusun cerita. Hal ini menunjukkan adanya perubahan dari sekadar membaca menjadi kegiatan memahami dan mengolah kembali informasi yang diperoleh dari bacaan. Kegiatan membaca nyaring memberikan kesempatan kepada siswa untuk berlatih membaca secara langsung, tampil di depan orang lain, dan terlibat aktif dalam proses pembelajaran literasi (Nugraha et al., 2024).

Kegiatan tersebut juga memberikan ruang bagi siswa untuk belajar secara bertahap. Siswa membaca terlebih dahulu, memahami isi cerita, menemukan informasi penting melalui 5W+1H, kemudian menyusun cerita berdasarkan pemahaman mereka. Dengan demikian, kegiatan literasi yang dilakukan di Desa Cihaur tidak hanya menghasilkan aktivitas membaca, tetapi juga memberikan pengalaman kepada siswa dalam memahami, menyampaikan, dan mengembangkan kembali informasi dari bahan bacaan.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan membaca nyaring dapat menjadi salah satu cara untuk memberikan kesempatan kepada siswa berlatih membaca sekaligus tampil di depan orang lain. Kegiatan membaca nyaring memberikan kesempatan kepada siswa untuk terlibat secara langsung dalam proses membaca sehingga dapat mendukung penguatan keterampilan literasi membaca melalui kegiatan pendampingan yang dilakukan secara aktif (Andriani et al., 2024).



Gambar 1. Pelaksanaan Program Literasi

Gambar 1 menunjukkan keterlibatan siswa dalam kegiatan membaca dan penyampaian hasil bacaan. Dokumentasi tersebut tidak hanya menjadi bukti pelaksanaan kegiatan, tetapi juga memperlihatkan proses siswa berlatih membaca dan tampil di depan teman-temannya. Perubahan keberanian siswa untuk maju menjadi salah satu dampak awal yang diamati selama program berlangsung.

Selain kegiatan literasi di sekolah, penguatan budaya membaca dilakukan melalui pengelolaan Taman Bacaan Masyarakat (TBM). Sebelum kegiatan dilakukan, lokasi TBM berada di tempat yang kurang strategis sehingga belum cukup menarik dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Kondisi tersebut menjadi salah satu alasan dilakukan pemindahan lokasi TBM.

Setelah dipindahkan, lokasi TBM ditata dan didekorasi agar terlihat lebih menarik serta lebih nyaman untuk dikunjungi. Penataan tidak hanya dilakukan pada tempatnya, tetapi juga pada koleksi buku. Buku-buku yang tersedia diberikan stempel dan nomor inventaris atau identifikasi sehingga koleksi dapat lebih mudah dikenali dan dikelola.

Perubahan tersebut memberikan dampak awal berupa tersedianya tempat membaca yang lebih mudah dijangkau dan memiliki tampilan yang lebih menarik. Sebelumnya, persoalan utama bukan hanya keberadaan buku, tetapi juga lokasi dan pengelolaan yang belum mendukung pemanfaatan TBM secara optimal. Setelah dilakukan penataan, TBM memiliki identitas dan sistem pengelolaan yang lebih jelas.

Hasil tersebut sejalan dengan (Yanuarsari et al., 2022) yang menemukan bahwa pengelolaan TBM yang lebih baik dapat mendukung peningkatan kunjungan dan minat masyarakat terhadap taman bacaan. Dengan demikian, keberadaan TBM tidak cukup hanya dengan menyediakan buku. Lokasi, kenyamanan, penataan, dan pengelolaan koleksi juga menjadi bagian penting agar TBM dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

Dalam kegiatan di Desa Cihaur, penataan TBM menjadi salah satu upaya agar manfaat kegiatan literasi tidak berhenti ketika program KKN selesai. TBM Tunas Sakti Mandiri dapat digunakan sebagai tempat membaca dan belajar oleh masyarakat, sedangkan pemberian stempel dan nomor inventaris menjadi dasar bagi pengelola untuk melakukan pendataan koleksi secara lebih teratur.



Gambar 2. TBM Tunas Sakti Mandiri

Gambar 2 menunjukkan kondisi TBM setelah dilakukan pemindahan dan penataan. Dokumentasi tersebut memperlihatkan perubahan pada lokasi dan tampilan TBM sekaligus menunjukkan output yang dihasilkan dari kegiatan pengelolaan.

Pada bidang sosial, kegiatan Cihaur Charity Moment melibatkan 20 anak yatim piatu dari Desa Cihaur. Kegiatan dilaksanakan di Woodland Kuningan dalam bentuk aktivitas bersama yang bersifat rekreatif. Sebelum kegiatan, interaksi antara peserta dengan mahasiswa KKN masih terbatas karena belum terdapat kegiatan bersama yang menjadi ruang untuk berinteraksi secara lebih dekat.

Setelah kegiatan berlangsung, peserta dan mahasiswa KKN dapat berinteraksi secara langsung melalui berbagai aktivitas bersama. Perubahan yang terlihat bukan berupa perubahan yang dapat diukur secara angka, tetapi berupa terciptanya ruang interaksi dan kebersamaan antara peserta dengan pelaksana kegiatan. Anak-anak dapat mengikuti kegiatan dalam suasana yang lebih santai sehingga hubungan antara peserta dan mahasiswa menjadi lebih dekat.

Kegiatan berbasis cerita, membaca nyaring, dan aktivitas bersama juga dapat digunakan untuk membangun keberanian anak dalam berekspresi serta menumbuhkan nilai kebersamaan. (Utari et al., 2025) misalnya, menunjukkan bahwa kegiatan mendongeng dan membaca nyaring dalam ruang literasi dapat mendorong partisipasi aktif, kepercayaan diri dalam berbicara, serta nilai seperti empati dan kerja sama.

Dalam konteks Desa Cihaur, kegiatan sosial tersebut menjadi pelengkap dari program literasi dan ekonomi. Pemberdayaan masyarakat tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membaca atau pengembangan usaha, tetapi juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk membangun interaksi dan kepedulian sosial.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Cihaur Charity Moment

Gambar 3 memperlihatkan keterlibatan anak-anak yatim piatu dalam kegiatan bersama. Dokumentasi tersebut menunjukkan adanya interaksi antara peserta dan pelaksana, sehingga foto tidak hanya menjadi bukti kegiatan tetapi juga memperlihatkan bentuk dampak sosial awal yang dihasilkan.

Pada bidang ekonomi, seminar literasi keuangan dan digitalisasi UMKM dilaksanakan dengan jumlah peserta sebanyak 50 orang. Materi yang diberikan meliputi pengelolaan keuangan, risiko judi online dan pinjaman online, branding, serta pemasaran digital.

Kegiatan ini dilakukan karena sebagian masyarakat yang memiliki usaha masih menjalankan pemasaran secara langsung dan belum banyak menggunakan media digital sebagai sarana memperkenalkan produk. Oleh karena itu, seminar diarahkan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai pengelolaan keuangan dan memperkenalkan alternatif pemasaran yang dapat digunakan oleh pelaku usaha.

Output kegiatan berupa terlaksananya seminar dan tersampainya materi kepada 50 peserta. Sementara itu, perubahan yang diamati selama kegiatan terlihat dari keterlibatan peserta dalam diskusi dan pembahasan mengenai pengelolaan keuangan serta pemasaran produk. Namun, karena kegiatan tidak menggunakan pre-test dan post-test, perubahan pengetahuan peserta tidak dinyatakan dalam bentuk persentase.

Kondisi tersebut berbeda dengan beberapa kegiatan pengabdian lain yang menggunakan instrumen kuantitatif. Misalnya, (Muttaqien et al., 2025) melakukan pelatihan digital marketing pada UMKM di Desa Cigugur, Kabupaten Kuningan, dengan evaluasi pre-test dan post-test sehingga perubahan pengetahuan dan adopsi teknologi dapat dihitung secara lebih terukur. Pada kegiatan Desa Cihaur, evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga hasil yang dapat ditunjukkan terutama berupa perubahan yang diamati selama kegiatan.

Materi branding juga memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa produk rumahan tetap membutuhkan identitas agar lebih mudah dikenali. Sementara itu, pengenalan digital marketing memberikan gambaran mengenai cara lain untuk memperkenalkan produk di luar penjualan langsung. Hal ini sejalan dengan (Putrie et al., 2025) yang menunjukkan bahwa pendampingan digital marketing dapat membantu pelaku UMKM memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dengan demikian, seminar dapat dipandang sebagai tahap awal pemberian pengetahuan, sedangkan penerapan secara langsung dilakukan pada kegiatan pendampingan UMKM keripik singkong milik Ibu Eha.



Gambar 4. Pelaksanaan Seminar Literasi Keuangan dan Digitalisasi UMKM

Gambar 4 menunjukkan proses penyampaian materi kepada peserta. Dokumentasi tersebut menjadi bukti keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sekaligus memperlihatkan proses pemberian pengetahuan sebelum dilakukan pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM.

Pendampingan UMKM dilakukan pada usaha keripik singkong milik Ibu Eha melalui program *One Village One Product* (OVOP). Kondisi awal menunjukkan bahwa produk tersebut merupakan usaha rumahan sehingga belum banyak dikenal oleh masyarakat secara luas. Produk juga sebelumnya hanya memiliki satu varian rasa, yaitu balado. Selain itu, belum terdapat banner yang dapat membantu masyarakat mengenali produk tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, pendampingan diarahkan pada penguatan identitas dan pengembangan produk yang sudah berjalan. Tim memberikan banner sebagai media pengenalan produk, membantu memberikan identitas pada produk, serta memperkenalkan inovasi varian rasa berupa pedas daun jeruk. Pengembangan tersebut dilakukan agar produk tidak hanya memiliki satu pilihan rasa dan dapat memberikan alternatif kepada konsumen.

Perubahan yang paling mudah diamati setelah pendampingan adalah produk yang sebelumnya belum memiliki media pengenalan kini memiliki banner yang dapat digunakan sebagai identitas dan sarana promosi. Selain itu, produk yang sebelumnya hanya memiliki rasa balado telah memiliki alternatif rasa pedas daun jeruk. Dengan demikian, output kegiatan bukan hanya berupa pemberian barang, tetapi juga menghasilkan perubahan pada tampilan dan variasi produk.

Pengembangan varian rasa pada keripik singkong juga memiliki dasar dari kegiatan pengabdian sebelumnya. (Shoodiqin et al., 2022) melakukan pengembangan keripik singkong melalui penambahan variasi rasa dan perbaikan desain kemasan. Hasil kegiatan tersebut menunjukkan bahwa inovasi rasa dan kemasan dapat menjadi bagian dari upaya meningkatkan daya saing produk.

Kegiatan lain yang dilakukan pada UMKM keripik singkong juga menunjukkan bahwa branding melalui media sosial dan desain kemasan dapat digunakan untuk memperkuat pemasaran produk. (Mardiana et al., 2024) menggunakan observasi, wawancara, pendampingan desain kemasan, serta pengelolaan media sosial dalam mendukung pemasaran UMKM keripik singkong. Hal tersebut memiliki kesamaan dengan kegiatan di Desa Cihaur, yaitu intervensi diberikan berdasarkan kondisi nyata produk dan kebutuhan pelaku usaha.

Pada kegiatan Desa Cihaur, pendampingan tidak berhenti pada pemberian materi. Pelaku UMKM mendapatkan hasil yang dapat langsung digunakan dalam usaha, yaitu banner dan varian rasa baru. Hal ini menjadi salah satu perbedaan antara output dan dampak. Output berupa banner dan varian rasa, sedangkan dampak awal berupa meningkatnya identitas produk dan bertambahnya pilihan produk yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Namun, peningkatan penjualan belum dapat diklaim karena kegiatan belum melakukan pencatatan penjualan sebelum dan sesudah pendampingan.



Gambar 5. Pemberian Logo, Banner dan Mesin Press Pada UMKM

Gambar 5 memperlihatkan bentuk pendampingan yang diberikan kepada pelaku UMKM. Dokumentasi tersebut menunjukkan perubahan yang dapat diamati pada identitas produk dan fasilitas

pendukung pengemasan. Foto tidak hanya berfungsi sebagai bukti bahwa kegiatan telah dilaksanakan, tetapi juga menjadi dokumentasi terhadap output yang dihasilkan.

Monitoring dilakukan selama kegiatan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan. Evaluasi diarahkan untuk melihat perubahan kondisi sasaran setelah kegiatan dilakukan. Karena tidak tersedia data kuantitatif sebelum dan sesudah kegiatan, evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi awal yang ditemukan pada tahap observasi dengan kondisi setelah intervensi.

Pada program literasi, perubahan yang paling terlihat adalah keberanian siswa untuk maju ke depan dan kemampuan mereka dalam merangkai cerita setelah membaca serta menganalisis buku menggunakan 5W+1H. Pada TBM, perubahan terlihat pada lokasi yang lebih strategis, tampilan yang lebih menarik, serta koleksi yang telah diberi stempel dan nomor inventaris. Pada kegiatan sosial, perubahan awal terlihat dari terciptanya ruang interaksi dan kebersamaan antara peserta dan pelaksana. Sementara itu, pada UMKM, perubahan terlihat dari adanya banner sebagai media pengenalan produk dan bertambahnya varian rasa dari sebelumnya hanya balado menjadi balado dan pedas daun jeruk.

Beberapa faktor mendukung pelaksanaan kegiatan, terutama keterbukaan pihak sekolah, dukungan pemerintah desa, keterlibatan pengelola TBM, serta kesediaan pelaku UMKM untuk menerima pendampingan. Dukungan tersebut membuat program dapat disesuaikan dengan kondisi masing-masing sasaran. Pendekatan pendampingan langsung juga memungkinkan hasil kegiatan segera diterapkan pada kondisi nyata di lapangan.

Adapun faktor penghambat utama adalah keterbatasan waktu pelaksanaan KKN. Perubahan yang terjadi pada kemampuan literasi, pemanfaatan TBM, perilaku pengelolaan keuangan, maupun perkembangan UMKM membutuhkan waktu lebih panjang untuk dapat diamati secara menyeluruh. Selain itu, kegiatan ini belum menggunakan instrumen kuantitatif seperti pre-test dan post-test pada seluruh program. Oleh sebab itu, hasil kegiatan lebih tepat disebut sebagai dampak awal yang ditemukan berdasarkan pengamatan lapangan, bukan sebagai bukti peningkatan jangka panjang.

Keterbatasan tersebut penting untuk disampaikan agar hasil pengabdian tidak berlebihan dalam menarik kesimpulan. Sebagai pembanding, pelatihan digital marketing di Desa Cigugur menggunakan pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan pengetahuan secara kuantitatif (Muttaqien et al., 2025). Sementara itu, kegiatan di Desa Cihaur lebih menekankan pengamatan langsung terhadap perubahan perilaku dan kondisi sasaran selama pelaksanaan program.

Jika dibandingkan berdasarkan hasilnya, kegiatan pengabdian di Desa Cihaur menghasilkan output dan dampak awal yang berbeda. Output merupakan hasil langsung yang dihasilkan setelah kegiatan, seperti terlaksananya program literasi, TBM yang telah dipindahkan dan ditata, kegiatan sosial dengan 20 anak yatim piatu, seminar dengan 50 peserta, banner UMKM, serta penambahan varian rasa pedas daun jeruk.

Sementara itu, dampak awal merupakan perubahan yang mulai terlihat pada sasaran. Pada siswa, dampak awal berupa keberanian untuk tampil dan kemampuan merangkai cerita berdasarkan hasil membaca dan analisis 5W+1H. Pada TBM, dampak awal berupa tersedianya tempat membaca yang lebih strategis dan menarik serta pengelolaan buku yang lebih tertata. Hal ini sejalan dengan (Jufriadi et al., 2024) yang menunjukkan bahwa revitalisasi taman baca melalui perbaikan sarana, penataan pengelolaan buku, serta pendampingan pengurus dapat mendukung terciptanya ruang baca yang lebih nyaman dan meningkatkan kualitas pengelolaan serta pelayanan taman baca. Pada kegiatan sosial, dampak awal terlihat dari terciptanya ruang interaksi dan kebersamaan. Pada UMKM, dampak awal berupa meningkatnya identitas produk melalui banner dan bertambahnya pilihan rasa.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan bantuan dalam bentuk fasilitas, tetapi juga memberikan pengalaman dan keterampilan yang dapat digunakan oleh sasaran. Pengalaman membaca, menganalisis, dan bercerita memberikan ruang bagi siswa untuk berlatih menggunakan informasi. Penataan TBM memberikan dasar bagi pengelola untuk melanjutkan

pengelolaan koleksi. Sementara itu, pendampingan UMKM memberikan perubahan yang langsung dapat digunakan dalam kegiatan usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan di Desa Cihaur menunjukkan bahwa integrasi program literasi, sosial, dan ekonomi dapat dilakukan dengan menyesuaikan bentuk intervensi terhadap kondisi masing-masing sasaran. Hasil yang diperoleh memang belum dapat menunjukkan dampak jangka panjang karena keterbatasan waktu dan instrumen evaluasi. Namun, perubahan awal yang ditemukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan menunjukkan bahwa program telah menghasilkan perubahan yang dapat diamati dan menjadi dasar untuk keberlanjutan kegiatan masyarakat.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cihaur dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) menghasilkan beberapa perubahan awal pada bidang literasi, sosial, dan UMKM. Pada kegiatan literasi, siswa menunjukkan keberanian yang lebih terlihat untuk tampil dan menyampaikan hasil bacaan, serta lebih mudah merangkai cerita setelah membaca dan menganalisis isi buku menggunakan 5W+1H. Pada TBM Tunas Sakti Mandiri, pemindahan lokasi menghasilkan tempat membaca yang lebih strategis dan menarik, sedangkan pemberian stempel dan nomor inventaris membuat pengelolaan koleksi buku menjadi lebih tertata. Kegiatan Cihaur Charity Moment menghasilkan ruang interaksi dan kebersamaan antara anak-anak yatim piatu dan pelaksana. Pada kegiatan UMKM, pendampingan menghasilkan media pengenalan berupa banner serta penambahan varian rasa pedas daun jeruk dari sebelumnya hanya varian balado. Hasil tersebut diperoleh berdasarkan observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan selama kegiatan.

Keberlanjutan program dapat dilakukan melalui peran pengelola TBM dalam melanjutkan pemanfaatan TBM sebagai ruang membaca dan belajar serta menjaga pendataan koleksi buku. Kegiatan Cihaur Charity Moment dapat dilanjutkan melalui koordinasi pemerintah desa dan masyarakat sebagai kegiatan sosial bagi anak-anak yatim piatu. Pada UMKM, pemilik usaha dapat mempertahankan penggunaan banner dan identitas produk serta melanjutkan pengembangan varian rasa sesuai kebutuhan konsumen. Keterbatasan waktu pelaksanaan KKN dan tidak adanya instrumen pre-test dan post-test menyebabkan hasil kegiatan belum dapat menunjukkan dampak jangka panjang secara kuantitatif. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian berikutnya dapat melakukan evaluasi dalam periode yang lebih panjang dan menggunakan instrumen pengukuran yang sesuai untuk melihat keberlanjutan perubahan yang dihasilkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Swadaya Gunung Jati yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan KKN dan penyusunan artikel pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Cihaur, para guru dan tenaga kependidikan, masyarakat Desa Cihaur, serta seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan literasi, Cihaur Charity Moment, pendampingan UMKM, dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, N., Ainunida, R., Sopiattunnisa, I., & Dayani, S. (2024). Pendampingan metode *read aloud* untuk meningkatkan literasi baca siswa sekolah dasar di Desa Karangjaladri. *Society: Community Engagement and Sustainable Development*, 1(2), 211–224. <https://doi.org/10.62515/society.v1i2.662>
- Astuti, I. P., & Kusuma, B. W. (2024). Branding produk UMKM sebagai upaya peningkatan daya saing dan nilai jual. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 303–309.

- <https://doi.org/10.62411/ja.v7i1.1710>
- Diana, M., Hartati, H., Anthony, S., & Rahmawati, R. (2024). Membangun literasi masyarakat melalui perintisan taman baca masyarakat di Desa Muara Telang Marga. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(2). <https://doi.org/10.51214/002024042996000>
- Fauzi, M., Adiwati, M. R., & Suharjo, R. J. H. (2024). Pengembangan strategi branding merek pada UMKM Salad Buah Bu Mega di Kelurahan Kedung Baruk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2192–2196. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2564>
- Fernandez, P. S. Y., & Silaban, D. I. (2024). Peningkatan literasi membaca siswa sekolah dasar melalui sarana taman baca di Desa Lamabelawa Kecamatan Witihama. *Jurnal Abdi: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(1), 35–40. <https://doi.org/10.26740/abdi.v10i1.29951>
- Irianto, O. D., & Rozci, F. (2023). Diversifikasi logo dan kemasan produk sebagai strategi branding UMKM Kerupuk Rengginang Kaisar. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 82–91. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i2.746>
- Layli, M., Firmansyah, F., Wibowo, F. W., Setiorini, K. R., Nurjannah, N., & Indriyani, T. (2024). Diseminasi literasi keuangan sebagai transisi peningkatan potensi UMKM menghadapi inklusi keuangan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1). <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.20776>
- Mardiana, R., Meilina, D., Octavia, A., Musnaini, Lubis, T. A., & Solikhin, A. (2024). Pendampingan branding UMKM melalui sosial media dan desain kemasan dalam upaya peningkatan kinerja pemasaran pada UMKM Keripik Singkong Bu Wati. *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(6), 962–969. <https://doi.org/10.55681/ejoin.v2i6.2911>
- Muttaqien, D. D., Muhsidi, A. M., & Lesmana, A. S. (2025). Efektivitas pelatihan digital marketing terhadap peningkatan pengetahuan dan adopsi teknologi pada UMKM Desa Cigugur. *Kapas: Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 119–128. <https://doi.org/10.30998/ks.v4i1.4439>
- Nugraha, F. F., Sari, M. Z., Prasetio, P. A., Satria, T. G., & Gunawan, A. (2024). Pelatihan literasi membaca nyaring berbasis sinetik langsung dalam pendidikan karakter anak di Desa Cingambul, Majalengka. *Empowerment*, 7(1), 80–85. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v7i01.5131>
- Pasopati, R. U., Putri, A. S. L., Ramadhani, A., Agil, A. P., Simbolon, S. U., & Hamdani, F. N. (2025). Reading aloud short stories to enhance students' literacy in elementary school. *Masyarakat: Jurnal Pengabdian*, 2(4), 523–532. <https://doi.org/10.58740/m-jp.v2i4.480>
- Purbowo, P., Lilawati, E., Febia, R. A., Anwar, H., & Anam, N. (2023). Pelatihan digital marketing dalam meningkatkan pemasaran UMKM Desa Ngogri Megaluh. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 16–18. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v4i1.3144>
- Putrie, R. A., Nainggolan, H., & Mardhotillah, B. (2025). Pendampingan manajemen UMKM melalui digital marketing untuk meningkatkan daya saing kualitas produk. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 2235–2241. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i2.36467>
- Satriadi, S., Agusven, T., Kusuma, S., & Nasution, U. O. (2024). Penggunaan branding untuk meningkatkan penjualan produk UMKM Bu Siti. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 667–672. <https://doi.org/10.56799/joongki.v3i4.4898>
- Seleky, R., & Tubalawony, J. (2024). Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan melalui pelatihan literasi keuangan. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(2). <https://doi.org/10.51214/002024041064000>
- Shoodiqin, D. M., Atrinawati, L. H., & Sukmara, R. B. (2022). Peningkatan penjualan keripik singkong melalui penambahan variasi rasa dan peningkatan desain kemasan. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 24–29. <https://doi.org/10.36257/apts.v5i3.4392>
- Sufaidah, S., Aris Widya, M. A., Anandita, S. R., Masyhari, M. F., Ubaidillah, U., Danan Joyo, S. S., & Syafi'udin, A. (2025). Implementasi Participatory Action Research dalam pemberdayaan UMKM Desa Plemahan melalui digital marketing. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 113–117. <https://doi.org/10.32764/abdimasif.v6i2.6342>

- Utari, D. S., Nevyrasari, M., Norlizawati, T., & Sujarwani, R. (2025). Penguatan pendidikan karakter dan literasi anak melalui kegiatan mendongeng dan membaca nyaring. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 4(2), 190–196. <https://doi.org/10.37905/ljpmt.v4i2.33408>
- Varadisa, A. Q., & Ridho, W. F. (2023). Pendampingan digital marketing guna meningkatkan branding UMKM Desa Sumberjo. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 22–26. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.829>
- Yanuarsari, R., & Muchtar, H. S. (2022). Pelatihan pengelolaan taman bacaan masyarakat (TBM) dalam menumbuhkan minat baca masyarakat. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 142–148. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i1.1577>