

Pengembangan Keterampilan Digital dan Kreativitas Pemasaran melalui *Affiliate Marketing*

Habib Fatkhur Rahman¹, Mohammad Abim Aditiansyah², Meika Putri Ariyanti³, Nafna Fitriyanti⁴, Binti Khotimatul Azizah⁵, Regita Sheanon Ayodhea⁶, Siti Khoirun Nisa⁷, Alfiatun Nisa⁸, Indri Duhita Sari⁹, Fitri Andaryuni¹⁰, Halimatus sa'diyah¹¹, Nur Halimatus Sa'diyah¹², Moch. Syahrul Mauludin¹³, Dewi Sulistyaningsih¹⁴, Nadhifah Dyah Mekarsari¹⁵, Muhamad Akhsanul Khitam¹⁶, Erni Zulfa Arini¹⁷
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
habibfatkhurrahman@gmail.com

Article Info

Volume 3 Issue 3
September 2025

DOI :
10.30762/welfare.v3i3.2634

Article History

Submission: 18-08-2025
Revised: 19-08-2025
Accepted: 22-08-2025
Published: 25-09-2025

Keywords:

Creative economy, digital literacy, affiliate marketing, village empowerment, content-based marketing

Kata Kunci:

Ekonomi kreatif, literasi digital, affiliate marketing, pemberdayaan desa, pemasaran berbasis konten



Copyright © 2025 Habib Fatkhur Rahman, Mohammad Abim Aditiansyah, Meika Putri Ariyanti, Nafna Fitriyanti, Binti Khotimatul Azizah, Regita Sheanon Ayodhea, Siti Khoirun Nisa, Alfiatun Nisa, Indri Duhita Sari, Fitri Andaryuni, Halimatus sa'diyah, Nur Halimatus Sa'diyah, Moch. Syahrul Mauludin, Dewi Sulistyaningsih, Nadhifah Dyah Mekarsari, Muhamad Akhsanul Khitam, Erni Zulfa Arini

Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

This community service program aims to enhance the digital literacy and marketing skills of Jatirejo Village residents through affiliate marketing training using the Participatory Action Research (PAR) approach. The method engages the community in identifying problems, planning, implementing, and evaluating activities to ensure practical outcomes. The training covered basic affiliate marketing concepts, account creation, product selection, and social media promotion, along with technical skills in product photography and persuasive copywriting. Participants showed notable improvement in understanding, creativity, and ability to promote local products effectively. The program also opened new income opportunities and supported economic empowerment with minimal capital. Despite challenges such as limited internet access and inconsistent practice, recommendations include forming a local affiliate marketer community, increasing government support, and providing ongoing training. Overall, this initiative serves as a strategic effort to strengthen Jatirejo Village's competitiveness in the digital era.

Abstrak

Program layanan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran warga Desa Jatirejo melalui pelatihan pemasaran afiliasi dengan pendekatan Penelitian Tindakan Partisipatif (PAR). Metode ini melibatkan komunitas dalam mengidentifikasi masalah, merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan untuk memastikan hasil yang praktis. Pelatihan mencakup konsep dasar pemasaran afiliasi, pembuatan akun, pemilihan produk, dan promosi media sosial, serta keterampilan teknis dalam fotografi produk dan penulisan salinan yang persuasif. Peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman, kreativitas, dan kemampuan mempromosikan produk lokal secara efektif. Program ini juga membuka peluang penghasilan baru dan mendukung pemberdayaan ekonomi dengan modal minimal. Meskipun menghadapi tantangan seperti akses internet yang terbatas dan praktik yang tidak konsisten, rekomendasi meliputi pembentukan komunitas pemasar afiliasi lokal, peningkatan dukungan pemerintah, dan penyediaan pelatihan berkelanjutan. Secara keseluruhan, inisiatif ini berfungsi sebagai upaya strategis untuk memperkuat daya saing Desa Jatirejo di era digital.

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi motor penggerak utama dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa, tidak terkecuali di Indonesia. Sektor ini tidak hanya mengandalkan sumber daya alam, melainkan juga memanfaatkan kreativitas, pengetahuan, dan inovasi yang dimiliki oleh masyarakat. Di tingkat pedesaan, potensi ekonomi kreatif masih sangat besar, namun sering kali

Korespondensi:

Habib Fatkhur Rahman

habibfatkhurrahman@gmail.com

terhambat oleh keterbatasan akses terhadap informasi, teknologi, dan pasar. Transformasi digital yang terjadi secara global kini membuka peluang baru bagi desa-desa untuk mengintegrasikan potensi lokal mereka dengan pasar yang lebih luas. Melalui pemanfaatan teknologi digital, produk-produk unggulan desa dapat dipasarkan secara efektif, menciptakan nilai tambah, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Desa Jatirejo, yang terletak di Kecamatan Banyakan, Kabupaten Kediri, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi signifikan untuk dikembangkan. Dengan sumber daya alam yang melimpah dan kekayaan budaya yang unik, desa ini menyimpan potensi produk lokal yang berdaya saing (Nashrullah et al., 2025) . Namun, seperti banyak desa lainnya, masyarakat Jatirejo menghadapi tantangan dalam hal pemasaran produk. Keterbatasan modal, kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran modern, dan jangkauan pasar yang terbatas menjadi kendala utama. Oleh karena itu, diperlukan intervensi strategis yang dapat menjembatani kesenjangan antara potensi lokal dan peluang pasar digital.

Salah satu solusi inovatif yang relevan dengan kondisi tersebut adalah pemasaran afiliasi (*affiliate marketing*). Model bisnis ini menawarkan pendekatan yang berbeda dari pemasaran konvensional. Alih-alih memerlukan modal besar untuk iklan, pemasaran afiliasi memungkinkan individu atau entitas untuk mempromosikan produk atau layanan milik pihak lain dan mendapatkan komisi atas setiap penjualan yang berhasil. Ini merupakan model yang sangat tepat untuk diterapkan di tingkat desa karena tidak memerlukan investasi awal yang signifikan. Melalui pemasaran afiliasi, masyarakat Desa Jatirejo dapat diberdayakan untuk menjadi "pemasar digital" bagi produk-produk unggulan mereka sendiri maupun produk-produk dari daerah lain, yang secara langsung akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan.

Atas dasar urgensi tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan fokus pada pelatihan *affiliate marketing*. Program ini tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan konsep dasar *affiliate marketing*, tetapi juga untuk membekali peserta dengan keterampilan praktis, mulai dari pemilihan produk, pembuatan konten promosi yang menarik di media sosial, hingga analisis performa kampanye. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi kreatif di Desa Jatirejo. Artikel pengabdian ini akan menguraikan secara rinci metodologi pelaksanaan, proses pelatihan, serta analisis hasil dan dampak yang ditimbulkan dari kegiatan ini terhadap peningkatan literasi digital dan kemandirian ekonomi masyarakat. Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah terwujudnya komunitas *affiliate marketer* lokal yang mandiri, kompeten, dan mampu mengintegrasikan potensi desa dengan peluang pasar digital, sehingga secara berkelanjutan dapat meningkatkan perekonomian desa dan kualitas hidup masyarakat.

2. METODE



Gambar 1. Proses pengabdian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah *Participatory Action Research*(PAR). Metode ini dipilih karena menekankan pada keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek sekaligus mitra dalam proses penelitian (Siswadi & Syaifuddin, 2024). Dengan melibatkan masyarakat secara langsung, PAR memungkinkan adanya hubungan yang lebih partisipatif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga berperan dalam merumuskan masalah, merancang solusi, hingga mengevaluasi hasil.

Melalui PAR, kegiatan pengabdian difokuskan pada upaya bersama untuk mengatasi keterbatasan literasi digital dan keterampilan pemasaran yang dialami masyarakat. Proses ini dilakukan secara kolaboratif dengan mengidentifikasi kebutuhan, merancang langkah intervensi, dan melaksanakan program secara terarah (Zunaidi, 2024). Keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahap penelitian membuat solusi yang dihasilkan lebih relevan, kontekstual, serta sesuai dengan kondisi riil yang mereka hadapi.

Penerapan PAR juga memberikan nilai tambah berupa peningkatan kapasitas masyarakat. Masyarakat dilatih untuk berpikir kritis, berani berinovasi, serta lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kepentingan ekonomi, khususnya dalam pemasaran produk lokal. Dengan demikian, metode ini tidak hanya menyelesaikan masalah secara jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi kemandirian masyarakat dalam menghadapi tantangan serupa di masa depan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal program pengabdian masyarakat di Desa Jatirejo yang berfokus pada literasi digital menjadi fondasi penting dalam membangun kesiapan masyarakat menghadapi perkembangan ekonomi berbasis teknologi. Melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai objek pelatihan, tetapi juga sebagai mitra aktif dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Hal ini sejalan dengan pandangan Kemmis & McTaggart yang menekankan bahwa PAR merupakan pendekatan kolaboratif untuk memahami masalah sekaligus memperbaiki praktik secara reflektif dan partisipatif. Dengan keterlibatan langsung, masyarakat dapat merasakan relevansi pelatihan dengan kebutuhan sehari-hari mereka (Siswadi & Syaifuddin, 2024).



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan

Hasil pre-test dan observasi awal mengungkapkan bahwa masyarakat Desa Jatirejo masih memiliki pemahaman terbatas mengenai konsep pemasaran digital, khususnya *affiliate marketing*. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan digital (*digital divide*) yang menjadi hambatan utama dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana peningkatan ekonomi. Menurut Warschauer, kesenjangan digital bukan hanya soal akses teknologi, tetapi juga keterampilan dan literasi untuk menggunakannya secara produktif (Redhana, 2024). Keterbatasan inilah yang menjadikan literasi digital sebagai kebutuhan mendesak bagi masyarakat pedesaan agar tidak tertinggal dalam arus ekonomi digital.

Pelatihan kemudian dirancang untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui transfer pengetahuan yang aplikatif. Peserta diajak memahami konsep dasar *affiliate marketing*, membuat akun di platform afiliasi, memilih produk yang relevan dengan pasar, serta memahami cara kerja sistem komisi. Proses ini mencerminkan tahap-tahap dalam PAR, yaitu identifikasi masalah, perencanaan tindakan, pelaksanaan, dan refleksi. Menurut Lewin, sebagai tokoh yang memperkenalkan action research, keberhasilan intervensi sosial sangat bergantung pada siklus tindakan dan refleksi yang berulang, sehingga masyarakat dapat belajar dari pengalaman secara langsung (Dewantara, 2023).

Setelah melalui proses pelatihan, hasil menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan. Peserta mampu melewati tahap dasar dengan baik, bahkan mulai mengembangkan keterampilan tambahan seperti fotografi produk dan penulisan konten promosi yang persuasif. Keterampilan ini sangat penting karena dalam teori pemasaran digital, menurut Kotler, keberhasilan promosi tidak hanya bergantung pada produk, tetapi juga pada komunikasi yang efektif dengan audiens (Saptadi et al., 2024). Artinya, literasi digital yang ditanamkan dalam pelatihan ini berfungsi ganda: membekali masyarakat dengan keterampilan teknis sekaligus menumbuhkan pemahaman konseptual.

Peningkatan literasi digital ini memberikan implikasi luas, baik secara sosial maupun ekonomi. Dengan keterampilan baru yang diperoleh, masyarakat desa memiliki peluang lebih besar untuk memanfaatkan teknologi sebagai sumber penghasilan tambahan tanpa modal besar. Lebih dari itu, program ini memperlihatkan bahwa dengan pendekatan partisipatif seperti PAR, kesenjangan digital di tingkat pedesaan dapat dijumpai secara efektif. Hal ini sejalan dengan pandangan Freire tentang pendidikan yang membebaskan, di mana masyarakat berdaya bukan karena diberi pengetahuan semata, tetapi karena dilibatkan dalam proses penciptaan pengetahuan itu sendiri (Ikmal, 2021). Dengan demikian, program ini bukan hanya sekadar pelatihan teknis, melainkan sebuah upaya pemberdayaan yang menyiapkan Desa Jatirejo lebih adaptif dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Inti dari pelatihan ini adalah mendorong peserta untuk bertransformasi menjadi konten kreator yang efektif dalam memasarkan produk lokal. Melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), masyarakat Desa Jatirejo tidak hanya menjadi penerima pelatihan, tetapi juga dilibatkan aktif dalam proses penciptaan konten. Tim pengabdian memberikan pendampingan intensif dalam pembuatan konten promosi yang menarik, seperti ulasan produk, tutorial penggunaan, dan testimoni. Menurut Kemmis & McTaggart, PAR merupakan metode reflektif dan kolaboratif yang memungkinkan peserta belajar dari praktik nyata, sehingga hasil yang dicapai lebih sesuai dengan kebutuhan mereka (Sukardi, 2022). Hal ini selaras dengan tren pemasaran berbasis influencer dan *user-generated content* yang kini menjadi faktor dominan dalam keputusan pembelian di platform media sosial.



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Akun Tiktok Affiliate

Dalam pelaksanaannya, peserta dibekali dengan teknik dasar fotografi produk menggunakan smartphone serta keterampilan menulis copywriting persuasif. Strategi ini sejalan dengan pandangan Kotler & Keller, bahwa pemasaran modern harus mampu membangun *value* dan komunikasi emosional dengan konsumen (Muhaimin Rahman & Sisilia, 2023). Hasil observasi menunjukkan adanya kreativitas tinggi dari peserta yang mulai menghasilkan konten promosi sederhana di akun media sosial mereka. Pendekatan partisipatif melalui PAR membuat proses belajar lebih bermakna, karena peserta tidak hanya mempelajari teori tetapi juga langsung mempraktikkannya dalam konteks nyata.

Keberhasilan peserta dalam membuat konten membuktikan bahwa masyarakat desa mampu mengadopsi strategi pemasaran digital yang kompleks apabila diberikan bimbingan yang tepat. Hal ini memperkuat pandangan Freire mengenai pendidikan yang membebaskan, yaitu masyarakat diberdayakan melalui keterlibatan aktif dalam proses belajar, bukan sekadar menerima pengetahuan pasif (Ikmal, 2021). Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis masyarakat, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri untuk bersaing di era digital. Ke depan, literasi digital yang berbasis partisipasi ini dapat menjadi modal penting bagi masyarakat Desa Jatirejo dalam membangun kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

Pelatihan ini berhasil memecah stigma bahwa bisnis daring hanya dapat dijalankan oleh mereka yang memiliki modal besar atau tingkat pendidikan tinggi. Dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), peserta dilibatkan secara aktif dalam memahami peluang ekonomi digital melalui praktik nyata. Proses partisipatif ini sejalan dengan pandangan Kemmis & McTaggart bahwa PAR bukan sekadar metode penelitian, melainkan sarana pemberdayaan sosial yang mendorong transformasi pemikiran masyarakat (Sukardi, 2022). Peserta mulai melihat potensi besar untuk memasarkan produk unggulan desa, seperti kerajinan tangan dan makanan olahan, melalui model afiliasi yang mudah diakses dan ramah bagi pemula.

Model afiliasi terbukti efektif sebagai strategi pemberdayaan ekonomi karena memungkinkan individu memperoleh penghasilan tambahan tanpa modal awal yang signifikan dan dengan risiko yang rendah. Melalui siklus tindakan dan refleksi dalam PAR, peserta belajar mengelola proses pemasaran digital secara bertahap, sehingga mereka mampu menyesuaikan strategi sesuai dengan konteks lokal dan kebutuhan pasar. Dengan cara ini, program tidak hanya meningkatkan literasi digital, tetapi juga menanamkan pola pikir kewirausahaan berbasis komunitas (Kintan et al., 2025).

Meskipun hasil finansial berupa komisi afiliasi belum dapat diukur secara substansial dalam jangka pendek, program ini telah memberikan fondasi penting bagi pembangunan ekonomi kreatif digital di Desa Jatirejo. Sesuai dengan gagasan Freire tentang pendidikan yang membebaskan, masyarakat diberdayakan untuk berpikir kritis, berani mencoba, dan mengambil peran dalam mengembangkan potensi ekonominya (Ikmal, 2021). Dengan keterlibatan aktif melalui PAR, pelatihan ini tidak hanya menumbuhkan keterampilan teknis, tetapi juga mengubah pola pikir masyarakat bahwa ekonomi digital adalah ruang yang terbuka bagi semua kalangan. Hal ini menjadi landasan strategis bagi keberlanjutan program pengabdian masyarakat serta penguatan daya saing desa di era digital.

Meskipun program pelatihan *affiliate* marketing di Desa Jatirejo berjalan dengan sukses, sejumlah tantangan struktural masih menjadi hambatan dalam implementasinya. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan infrastruktur digital, khususnya akses internet yang stabil di beberapa area desa. Kondisi ini menggambarkan adanya digital divide, di mana kesenjangan akses terhadap teknologi menjadi faktor penentu dalam kesuksesan program berbasis digital. Menurut Warschauer, kesenjangan digital tidak hanya mencakup keterbatasan perangkat keras atau koneksi internet, tetapi juga akses terhadap dukungan sosial dan lingkungan belajar yang memadai (Paling et al., 2024). Dalam konteks ini, program pengabdian masyarakat melalui *Participatory Action Research* (PAR) berperan penting untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan struktural secara langsung bersama masyarakat dan mencari solusi kolaboratif yang sesuai dengan kondisi lokal.

Tantangan lain yang muncul adalah konsistensi peserta dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh. Dalam banyak kasus, antusiasme awal peserta sering kali menurun ketika dihadapkan dengan keterbatasan waktu, fasilitas, dan motivasi. Melalui siklus reflektif PAR sebagaimana dijelaskan oleh Kemmis & McTaggart, permasalahan seperti ini dapat diatasi dengan mendorong peserta untuk terlibat dalam proses evaluasi bersama dan merancang strategi tindak lanjut yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Sukardi, 2022). Salah satu solusi yang direkomendasikan adalah pembentukan komunitas *affiliate* marketer desa yang berfungsi sebagai wadah untuk berbagi pengalaman, memberikan dukungan moral, serta menjaga keberlanjutan praktik digital marketing.

Selain itu, peran pemerintah desa sangat penting sebagai fasilitator dalam menyediakan akses internet yang memadai di pusat-pusat kegiatan masyarakat, serta mendukung keberlanjutan program dengan menyediakan ruang belajar bersama. Kurikulum pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, misalnya strategi pemasaran digital tingkat lanjut atau pemanfaatan analitik media sosial, juga diperlukan agar masyarakat tidak hanya berhenti pada keterampilan dasar. Hal ini sejalan dengan pandangan Freire tentang pendidikan yang transformatif, di mana proses belajar harus terus berkembang sesuai dengan tantangan yang dihadapi masyarakat (Ikmal, 2021). Dengan pendekatan partisipatif berbasis PAR, rekomendasi ini diyakini mampu memastikan keberlanjutan program sekaligus memaksimalkan dampak jangka panjang, sehingga masyarakat Desa Jatirejo semakin berdaya saing di era digital.

4. KESIMPULAN

Program pelatihan *affiliate* marketing di Desa Jatirejo berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknis peserta, khususnya dalam membuat akun, memilih produk, serta memahami mekanisme komisi. Pendampingan intensif dalam pembuatan konten promosi mendorong kreativitas dan kemampuan peserta mengadopsi strategi pemasaran digital yang relevan dengan tren media sosial. Dampak program tidak hanya membuka peluang penghasilan tambahan tanpa modal besar, tetapi juga mematahkan stigma bahwa bisnis daring hanya untuk kalangan tertentu, sehingga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Meskipun tantangan seperti keterbatasan infrastruktur internet dan konsistensi penerapan masih ada, pembentukan komunitas marketer desa, dukungan pemerintah, dan pelatihan lanjutan menjadi rekomendasi penting untuk keberlanjutan dan penguatan daya saing Desa Jatirejo di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrifah, M. N., Prameswari, R. E., Anisa, C. N., Rismawati, P., Anggraini, N. A., & Mawwadah, W. (2023). Pengembangan Pemasaran Batik Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di UMKM Batik Art And Gallery Lochatara . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 424–430. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.430>
- Dewantara, R. (2023). *Metodologi Penelitian Sistem Berbasis Action Research: Teori Dan Aplikasinya*. Universitas Brawijaya Press.
- Fadila, P. S., Riawati, P., Rochimah, P. Z., Jingga, P. D., & Reta, P. S. M. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM TahuLogi melalui Optimalisasi Media Promosi di Car Free Day Simpang Lima Gumul Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 133–139. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2176>
- Fitriyah, F., Rochmah, N. N., Hakim, . L., Kurniawati, E., Rusfadi, T. S., Arifan, M. V., ... Mulyani, H. D. (2024). Pelatihan Foto Produk dan Pemasaran Online untuk Mengembangkan UMKM di Desa Semen. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 163–169. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.662>
- Indahsari, L. I. N., Muawwanah, R., Hafifah, N., Sholekhatun, S., Nurhaliza, N., Rizkyah, ... Amin, Z. S. (2023). Optimalisasi Branding dan Marketing Kerajinan Menjawet Rotan Khas Dayak di Desa Sepang Simin, Gunung Mas, Kalimantan Tengah. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 513–518. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1612>
- Ikmal, H. (2021). *Nalar Humanisme dalam Pendidikan: Belajar dari Ki Hadjar Dewantara dan Paulo Freire*. Nawa Litera Publishing.
- Khasanah, P. N., Rohmah2, U. A.-T., Hidayah, N., Alfandi, M., Azani, S., Fatimatuazzahro, M., ... Surahmat, S. (2025). Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan UMKM Desa Kayunan, Kayunan, Plosoklaten, Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 806–813. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1629>
- Kintan, N., Alam, Y., Novianti, N., & Kunci, K. (2025). Pelatihan Chatgpt dalam Meningkatkan Kompetensi Manajemen Inovasi Pembelajaran Digital Berbasis Artificial Intelligence (AI). *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 248–253. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Muhaimin Rahman, V., & Sisilia, K. (2023). Pengaruh Emotional Marketing Terhadap Proses Keputusan Pembelian Motor Vespa di Kalangan Mahasiswa Universitas Telkom Bandung. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 332–340. <https://doi.org/10.36985/xe5etp19>
- Nashrullah, M., Syaiful Rahman, Abdul Majid, Nunuk Hariyati, & Budiyanto. (2025). Transformasi Digital dalam Pendidikan Indonesia: Analisis Kebijakan dan Implikasinya terhadap Kualitas Pembelajaran. *Mudir: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7(1), 52–59. <https://doi.org/10.55352/mudir.v7i1.1290>
- Paling, S., Makmur, A., Albar, M., Susetyo, A. M., Putra, Y. W. S., Rajiman, W., Djamilah, S., Suhendi, H. Y., & Irvani, A. I. (2024). *Media pembelajaran digital*. Tohar Media.
- Redhana, I. W. (2024). *Literasi Digital: Pedoman Menghadapi Society 5.0*. Samudra Biru.
- Suyanti, E., Suciati, E. W., Sahna, E. N., Fitriani, E., & Sukma, Y. N. (2024). Pendampingan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Callalily Artisant. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 183–189. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.846>
- Saptadi, I. N. T. S., Kom, S., MT, M. M., Latiep, I. F., SE, M. M., Lestari, N. P., SE, M. M., Syamsulbahri, M. M., Erwin, S. E., & Mohammad Yamin, S. E. (2024). *Manajemen promosi produk*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Siswadi, S., & Syaifuddin, A. (2024). Penelitian Tindakan Partisipatif Metode Par (Participatory Action Research) Tantangan dan Peluang dalam Pemberdayaan Komunitas. *Ummul Qura Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 19(2), 111–125. <https://doi.org/10.55352/uq.v19i2.1174>
- Sukardi, H. M. (2022). *Metode penelitian pendidikan tindakan kelas: implementasi dan pengembangannya*. Bumi Aksara.
- Ukrowiyah, U., Hidayati, N., Septiana, A. Y., Salsabilla, I. A., Khasanah, L. I., Khairurozikin, R., ... Chuluq, M. F. H. H. . (2024). Digital Marketing sebagai Strategi Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Desa Cerme Kabupaten Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 450–457. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1649>
- Zunaidi, A., Maghfiroh, FL. (2025), *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis UMKM Teori, Praktik, dan Strategi Menuju UMKM Berkelanjutan*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.