

## **PKM Strategi Pengembangan Teknologi Informasi Dalam Pemasaran Digital Di Gampong Kota Lhokseumawe**

Veri Ilhadi<sup>1\*</sup>, Annisa Karima<sup>2</sup>, Liza Afra<sup>3</sup>, Athiyatul Ulya<sup>4</sup>  
Emi Maulani<sup>5</sup>, Khairul Amna<sup>6</sup>

<sup>1,2,4</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh, Aceh Utara

<sup>3,5,6</sup>Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh, Aceh Utara

\*Email korespondensi: veri@unimal.ac.id

### **ABSTRAK**

Teknologi informasi menjadi faktor kunci dalam transformasi berbagai sektor, termasuk pemasaran UMKM di era digital untuk Gampong kota lhokseumawe. Gampong dengan potensi ekonomi UMKM yang sedang berkembang sampai dengan berkembang yang menjadi tantantang dalam usaha dan dapat memanfaatkan strategi pemasaran digital secara optimal. Pengabdian ini bertujuan untuk merancang Strategi Pengembangan Sistem Informasi untuk mendukung pemasaran digital UMKM di tingkat Gampong . Metode yang digunakan penerapan sistem informasi berbasis web dan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi transaksi, dan daya saing produk. Fokus utama adalah penerapan sistem informasi berbasis web dan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi transaksi, dan daya saing produk. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi informasi dengan strategi pemasaran digital dan ekonomi kreatif dapat membantu UMKM Gampong meningkatkan pendapatan, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan peluang inovasi baru. Penelitian ini memberikan rekomendasi langkah-langkah dalam penerapan sistem informasi untuk mendukung pemasaran digital, meliputi pelatihan pelaku UMKM, optimalisasi media sosial, dan pengembangan konten kreatif sebagai elemen kunci keberhasilan di era digital.

**Kata kunci:** teknologi informasi, pemasaran digital, UMKM, strategi pemasaran.

### **PENDAHULUAN**

Peranan penting dalam Strategi Pengembangan Sistem Informasi Dalam Pemasaran Digital Pada Umkm Gampong sangat penting dalam perkembangan pemasaran. Perannya dapat menyerap tenaga kerja dan mengatasi pengangguran masyarakat gampong sekitar berkat adanya UMKM. Selanjutnya adanya UMKM juga dapat mempunyai pertan dalam melihat suksesnya perekonomian daerah lokal, daerah maupun nasional dan mampu untuk berkembang dengan baik (Putri, 2016).

Bersaingnya dengan toko online yang ada di marketplace sangat mempengaruhi UMKM gampong dan akan mempengaruhi produksi lokal. Para pedagan yang sudah lama bertahadalam UMKM mikro kecl menengah omzet akan menurun dan dengan perkembangan teknologi begitu cepat akan membuat toko tutup karena tidak mampu bersaing (Suharto, Ardhianto, Ismail, & Prameswari, 2017).

Di era digital yang terus berkembang, teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam hampir semua aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan bisnis.

UMKM di Gampong , dengan potensi produk yang bervariasi mulai dari pertanian, peternakan, hingga makanan olahan seperti roti, krupuk bawang, jamur tiram, dan tempe memiliki peluang besar untuk berkembang. Namun, pemasaran yang masih mengandalkan metode konvensional menjadi kendala utama dalam mengembangkan pasar dan meningkatkan pendapatan. Sebagian besar pelaku UMKM di Gampong uteungkot ini belum dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka, membatasi potensi pertumbuhan mereka.

Penerapan teknologi informasi dapat membantu UMKM gampong uteungkot dalam mempromosikan produk yang akan digunakan dan usaha dalam menjalankan bisnis. Hal ini akan membantu meminimalisir biaya honorarium bagi para pembantu dalam mempromosikan produk berkat teknologi yang akan digunakan dalam marketing, misalnya manajemen usaha dalam penjualan, manajemen pemasaran, dan manajemen produksi.

Keuntungan menerapkan pemasaran dalam bisnis yang menawarkan produk adalah dapat memperoleh keuntungan melalui iklan. Kemudian keuntungan tersebut diperoleh dan dapat digunakan oleh para pelaku bisnis UMKM sebagai media untuk mempromosikan produk bagi wilayah gampong Uteunkot dan kota Lhokseumae, hal ini dikarenakan internet seluler merupakan jaringan komputer yang memiliki jangkauan luas secara global. (Rachmawan, 2015).

Teknologi informasi berkembang menjadi solusi persaingan bisnis dan di masa depan akan terjadi persaingan yang ketat. Pemanfaatan perkembangan teknologi informasi saat ini digunakan untuk mengembangkan usaha UMKM bagi yang sedang berkembang dan tumbuh. Proses pemasaran menggunakan teknologi informasi berbasis mobile dan mampu memanfaatkan jejaring sosial dalam mengembangkan usaha UMKM secara digital. Media sosial yang saat ini menjadi tren mengekspresikan diri menjadi peluang besar sebagai media periklanan dan promosi bisnis. Media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan lain sebagainya menjadi yang paling banyak digunakan dalam pengembangan bisnis. Baik dari produk yang sudah dikenal. Dengan menggunakan teknologi berbasis mobile dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran, serta memiliki jangkauan yang luas, akses yang mudah, dan biaya yang murah. Hal ini terbukti dengan banyaknya penggunaan yang mencoba menawarkan berbagai macam produk dengan menggunakan media sosial (Morissan, 2017).

Untuk itu, teknologi informasi memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan sistem pemasaran digital yang efektif. Sebagaimana dijelaskan oleh Stosic (2015), teknologi dapat berfungsi sebagai alat pendukung untuk mengelola informasi pemasaran, meningkatkan komunikasi, dan mempercepat proses transaksi.

Selama ini peran UMKM dinilai memiliki posisi yang strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi baik secara lokal, regional, maupun nasional. Peran yang vital dalam menjalankan semua usaha baik skala kecil, menengah, maupun besar. Lebih jauh, peran UMKM adalah menjadi tulang punggung dalam menjaga semua lini berbagai sektor, penyedia lapangan kerja yang terbesar, dan sebagai pelaku utama dalam kegiatan usaha yang akan dijalankan baik secara lokal maupun nasional. Teknologi informasi juga memiliki peran bisnis sebagai inovasi dalam menjaga stabilitas harga produk dalam negeri. (Wida, 2011).

Berdasarkan permasalahan diatas perlu dilakukan Strategi Pengembangan Sistem Informasi Dalam Pemasaran Digital Pada Umkm gampong uteunkot dengan memanfaatkan media promosi berbasis teknologi informasi. Kemudian dapat meningkatkan produktifitas dan pemasaran UMKM melalui jaringan online yang dapat menghubungkan secara langsung dengan konsumen (Nusarika & Purnami, 2015).

### Permasalahan yang Dihadapi Mitra

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Petani adalah sebagai berikut

1. Kurangnya Pemanfaatan Teknologi Digital, UMKM di Gampong masih memasarkan produknya secara konvensional tanpa memanfaatkan teknologi digital atau digital marketing, sehingga potensi pemasaran belum maksimal..
2. Kendala Infrastruktur Digital, Pesatnya perkembangan teknologi digital belum sepenuhnya dapat diterapkan oleh UMKM di Gampong karena keterbatasan infrastruktur dan keterampilan digital..
3. Persaingan yang Tidak Merata, Pelaku UMKM harus bersaing dengan industri besar yang sudah beralih menggunakan pemasaran digital, sementara daya tahan UMKM terhadap pasar digital belum merata.
4. Minimnya Literasi Digital, Para pelaku usaha UMKM memerlukan edukasi dan penguatan literasi digital untuk dapat memahami dan memanfaatkan teknologi pemasaran digital secara efektif..
5. Kendala Kapasitas Produksi, Banyak UMKM yang terkendala pada kapasitas produksi barang, sehingga kesulitan memenuhi permintaan di pasar digital.
6. Minimnya Inovasi Kreatif pada Produk, Kreativitas dalam menciptakan produk khas yang menarik bagi pasar digital masih kurang, sehingga daya saing produk UMKM di pasar digital terbatas.
7. Keterbatasan Sumber Daya untuk Teknologi, Pelaku UMKM sering menghadapi kendala modal untuk berinvestasi pada teknologi pemasaran digital seperti perangkat keras, perangkat lunak, atau jasa pemasaran digital.

### METODE

Metode Kegiatan yang akan dilakukan dalam Pelatihan aplikasi video pembelajaran untuk tenaga pengajar dalam peningkatan kualitas materi pembelajaran: Metode Pelaksanaan untuk Strategi Pengembangan Sistem Informasi dalam Pemasaran Digital pada UMKM Gampong

1. Penyuluhan dan Edukasi Awal  
Kegiatan awal berupa penyuluhan dan edukasi kepada UMKM bertujuan meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital melalui media sosial, website, dan marketplace. Fokusnya adalah memberikan wawasan mengenai platform yang tepat, potensi pasar digital, serta dasar-dasar pengelolaan konten online untuk mendukung pengembangan usaha.
2. Pelatihan Penggunaan Media Sosial dan Marketplace  
Langkah kedua adalah pelatihan penggunaan media sosial dan marketplace untuk UMKM, terdiri dari dua sesi: pembuatan akun bisnis dan pembuatan konten pemasaran. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan praktis dalam mengelola akun bisnis, membuat konten yang menarik, serta memahami strategi iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
3. Implementasi Sistem Informasi Pemasaran Digital  
UMKM dilatih menggunakan sistem informasi seperti website dan e-commerce untuk promosi serta analisis pasar menggunakan tools seperti Google Analytics. Tujuannya adalah membantu implementasi sistem pemasaran digital, mengoptimalkan jangkauan konsumen, dan melatih evaluasi hasil pemasaran melalui alat analitik.
4. Simulasi dan Praktek Penggunaan Sistem

Langkah keempat adalah simulasi penggunaan sistem pemasaran digital, meliputi pembuatan konten, penggunaan platform, dan analisis pemasaran. Simulasi ini bertujuan mengasah keterampilan praktis UMKM serta memberikan kesempatan untuk menyelesaikan kendala yang dihadapi.

5. Tahap terakhir adalah melakukan evaluasi terhadap hasil pelatihan dan penerapan sistem informasi pemasaran digital yang telah dilakukan.

Evaluasi ini dilakukan melalui umpan balik langsung dari peserta pelatihan serta analisis kinerja sistem pemasaran yang diterapkan. Indikator keberhasilan program ini antara lain:

- 1) Peningkatan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam menggunakan media sosial, website, dan marketplace untuk pemasaran produk.
- 2) Peningkatan minat dan antusiasme pelaku UMKM terhadap pemasaran digital.
- 3) Evaluasi kualitas konten pemasaran yang telah dibuat serta hasil yang diperoleh melalui platform digital.
- 4) Peningkatan jumlah transaksi dan pelanggan melalui pemasaran digital.

### **HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK**

Adapun hasil dan pembahasan setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM di Gampong, beberapa hasil yang signifikan dapat diidentifikasi terkait dengan penerapan pemasaran digital dan teknologi informasi dalam meningkatkan daya saing produk UMKM. Hasil pertama yang menonjol adalah meningkatnya pemahaman para pelaku UMKM mengenai pentingnya teknologi digital, khususnya dalam hal pemasaran melalui media sosial dan platform e-commerce. Sebagian besar peserta pelatihan menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap penggunaan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, untuk memasarkan produk mereka. Mereka kini dapat memahami cara menggunakan platform-platform ini secara lebih efektif, baik dalam pembuatan konten menarik maupun dalam pemanfaatan fitur-fitur pemasaran yang tersedia.

Pelatihan dan demonstrasi yang dilakukan juga membawa dampak positif terhadap peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Sebelumnya, banyak pelaku usaha yang kurang memahami cara menggunakan alat-alat pemasaran digital dan aplikasi analitik untuk mengukur hasil pemasaran. Setelah mengikuti sesi pelatihan, mereka kini memiliki keterampilan dasar untuk membuat konten pemasaran yang lebih menarik dan efektif, serta memahami cara melacak dan menganalisis kinerja pemasaran mereka menggunakan tools digital seperti Google Analytics.

Selain itu, pelaku UMKM juga memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital yang efektif. Mereka sekarang dapat mengidentifikasi dan mengembangkan produk mereka dengan lebih kreatif, terutama dalam hal pengembangan konten pemasaran seperti video dan gambar produk yang lebih menarik, yang sesuai dengan kebutuhan pasar digital. Pendampingan yang dilakukan secara langsung juga membantu mereka dalam memahami cara merancang strategi yang sesuai dengan karakteristik pasar digital yang terus berkembang.

Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan yang masih dihadapi oleh UMKM Gampong, antara lain terbatasnya kapasitas produksi dan kurangnya sumber daya untuk mengoptimalkan pemasaran digital secara berkelanjutan. Meskipun teknologi digital memberikan banyak peluang, sebagian besar UMKM masih mengalami kesulitan dalam meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih luas.

Selain itu, keterbatasan modal dan infrastruktur digital menjadi penghalang utama bagi mereka untuk mengimplementasikan pemasaran digital secara maksimal.

Namun demikian, solusi yang telah diberikan melalui pelatihan penggunaan media sosial, pembuatan konten, dan penggunaan alat pemasaran digital telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya saing UMKM Gampong . Ke depan, perlu dilakukan upaya lebih lanjut untuk mendukung mereka dengan infrastruktur yang lebih baik, serta melanjutkan pelatihan yang lebih mendalam terkait pemasaran digital dan inovasi produk. Dengan peningkatan kapasitas produksi dan kreatifitas yang berkelanjutan, diharapkan UMKM di Gampong akan semakin mampu bersaing di pasar digital yang lebih luas.

## **Faktor Penghubung dan Penghambat**

### **1. Faktor Pendukung:**

#### **1. Akses Teknologi yang Memadai**

Penggunaan perangkat elektronik seperti smartphone atau laptop sangat penting dalam penerapan sistem informasi pemasaran digital. Dengan adanya perangkat ini, pelaku UMKM dapat mengakses platform digital seperti media sosial, website, dan marketplace yang memungkinkan mereka untuk memasarkan produk secara lebih luas. Ketersediaan perangkat yang memadai menjadi faktor pendukung utama dalam keberhasilan penerapan sistem pemasaran digital.

#### **2. Koneksi Internet yang Stabil**

Koneksi internet yang cepat dan stabil juga merupakan faktor pendukung penting. Tanpa koneksi internet yang memadai, akses ke platform digital, pengunggahan konten pemasaran, dan interaksi dengan konsumen melalui media sosial akan terganggu, yang pada gilirannya dapat memengaruhi efektivitas pemasaran.

#### **3. Pemahaman tentang Pemasaran Digital**

Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman dasar tentang pemasaran digital dan manfaatnya akan lebih siap untuk menerapkan teknologi digital dalam usaha mereka. Pelatihan awal mengenai penggunaan media sosial, pembuatan website, dan teknik pemasaran melalui marketplace menjadi sangat penting untuk mendukung pemahaman dan keterampilan UMKM dalam memasarkan produk mereka.

#### **4. Dukungan Pemerintah dan Perangkat Gampong**

Dukungan dari pemerintah Gampong atau perangkat Gampong dalam bentuk fasilitasi dan pendampingan selama proses sosialisasi dan implementasi teknologi pemasaran digital dapat mempercepat proses adaptasi dan penerapan teknologi oleh UMKM di Gampong . Keterlibatan perangkat Gampong dapat menciptakan kesadaran kolektif dan memberi motivasi kepada pelaku UMKM untuk ikut serta dalam pengembangan sistem ini.

### **2. Faktor Penghambat:**

#### **1. Keterbatasan Perangkat Elektronik**

semua pelaku UMKM memiliki akses yang memadai terhadap perangkat elektronik seperti laptop atau smartphone yang diperlukan untuk menjalankan pemasaran digital. Ketergantungan pada perangkat elektronik ini bisa menjadi hambatan utama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan dalam hal fasilitas teknologi.

#### **2. Kurangnya Pemahaman Digital**

Beberapa pelaku UMKM mungkin tidak familiar dengan teknologi digital atau merasa kesulitan dalam memahaminya, terutama yang memiliki latar belakang non-teknis. Kurangnya pemahaman ini dapat menghambat mereka untuk mengoptimalkan sistem informasi pemasaran digital, meskipun sudah ada pelatihan atau sosialisasi yang dilakukan.

### 3. Resistensi terhadap Perubahan

Beberapa pelaku UMKM mungkin merasa nyaman dengan cara pemasaran tradisional yang sudah mereka jalani, dan cenderung resistensi terhadap perubahan. Faktor budaya dan kebiasaan ini dapat menjadi penghambat dalam adopsi sistem pemasaran digital, meskipun manfaatnya sudah jelas.

### 4. Tantangan dalam Implementasi Sistem

Meskipun pelatihan telah diberikan, beberapa pelaku UMKM mungkin menghadapi kesulitan dalam mengimplementasikan sistem pemasaran digital secara konsisten. Hal ini dapat disebabkan oleh ketidakpahaman teknis, kurangnya waktu untuk mengelola akun digital, atau kendala lainnya yang terkait dengan pengelolaan bisnis sehari-hari.

## Solusi Pemecahan

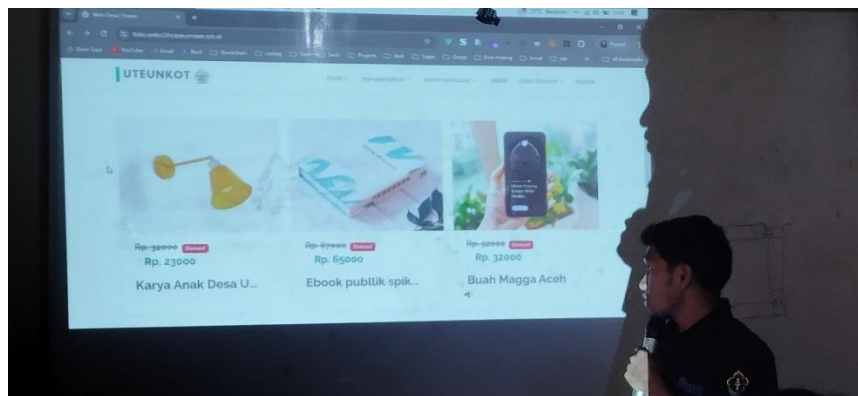
Untuk mengatasi kendala tersebut, program ini memberikan solusi sebagai berikut:

1. memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai penggunaan platform digital seperti media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar.
2. membangun sistem informasi terintegrasi yang mencakup e-commerce, pengelolaan inventaris, dan analitik untuk meningkatkan efisiensi pemasaran.
3. Menyediakan infrastruktur teknologi yang memadai, seperti akses internet yang stabil dan perangkat keras, guna mendukung aktivitas pemasaran digital.
4. Menciptakan platform pemasaran khusus untuk UMKM Gampong yang mudah digunakan untuk penjualan produk.
5. Melakukan kolaborasi dengan pihak ketiga, seperti influencer lokal atau lembaga pemerintah, untuk memperkenalkan produk UMKM ke pasar yang lebih luas.
6. Melakukan evaluasi dan pemantauan secara berkala untuk mengukur efektivitas pemasaran digital dan melakukan penyesuaian strategi agar dapat terus berkembang.

Pelaku UMKM didorong untuk melakukan kegiatan usaha dan bersiap memasuki era digital agar mampu bersaing dalam mengembangkan teknologi informasi berbasis mobile. Pemanfaatan teknologi informasi akan berdampak pada perluasan wilayah pemasaran produk, yang selama ini menjadi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha yang masih memasarkan produknya secara konvensional. Untuk dapat mendorong pelaku UMKM memasuki era digital, ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan di antaranya sebagai berikut :

- 1) Dapat meningkatkan kemampuan peserta pengabdian kepada masyarakat Gampong Uteunkot dalam bidang Teknologi Informasi berbasis mobile untuk pengembangan usaha UMKM Gampong.
- 2) Dapat meningkatkan keterampilan dalam menjalankan teknik pemasaran secara mobile serta dapat meningkatkan keuntungan yang tinggi dikarenakan tidak adanya sewa-menyewa toko yang harganya cenderung naik dari waktu ke waktu.

Adapun Hasil Presentasi pengabdian Strategi Pengembangan Sistem Informasi Dalam Pemasaran Digital Pada Umkm Desa adalah sebagai berikut :



**Gambar1. Hasil Presentasi pengabdian Strategi Pengembangan Sistem Informasi Dalam Pemasaran Digital**

## KESIMPULAN

Strategi pengembangan sistem informasi untuk pemasaran digital pada UMKM di Gampong uteunkot menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pemahaman, efisiensi, dan daya saing UMKM di era digital. Penerapan teknologi digital, seperti media sosial dan marketplace, membantu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan inovasi dalam pemasaran. Pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, meskipun beberapa tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan kapasitas produksi masih memerlukan perhatian lebih lanjut.

Keberhasilan program ini menekankan pentingnya dukungan pemerintah, penyediaan infrastruktur, dan pelatihan berkelanjutan untuk memfasilitasi adopsi teknologi. Dengan solusi terintegrasi yang mencakup e-commerce, pengelolaan inventaris, dan analitik pemasaran, UMKM diharapkan mampu bersaing di pasar digital yang lebih luas. Ke depan, kolaborasi dengan pihak ketiga dan penguatan branding produk menjadi langkah penting untuk keberlanjutan transformasi digital UMKM.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian ingin menyampaikan terimakasih terhadap beberapa pihak yang telah berperan serta, yaitu:

1. Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh, Prodi Sistem Informasi, Program studi teknik sipil dan Teknik Informatika yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada tim pengabdian untuk melaksanakan kegiatan.
2. Masyarakat Gampong Uteunkot yang telah bersedia meluangkan waktu serta ikut berpartisipasi dan bersikap kooperatif pada saat kegiatan pengabdian ini berlangsung.

### DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, Rachmawan, et al. Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. Ugm Press, 2018.
- Morissan, et al. Teori komunikasi massa: media, budaya, dan masyarakat. Ghalia Indonesia, 2013.
- Nuraeni, Yeni. "Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Agroindustri Melalui Program Gampong Migran Produktif (Desmigratif) Dalam Rangka Perluasan Kesempatan Kerja." *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)* 3.1 (2018): 42-53.
- Nuraeni, Yeni. "Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Agroindustri Melalui Program Gampong Migran Produktif (Desmigratif) Dalam Rangka Perluasan Kesempatan Kerja." *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)* 3.1 (2018): 42-53.
- Multazam, T., Bintoro, A., & Miswar, E. (2023). Aplikasi Alat Pendeteksi Kadar Amonia Dan Ph Air Untuk Peningkatan Produktivitas Budidaya Udang Berbasis Ramah Lingkungan Pada Petani Tambak Desa Deah Pangwa, Kabupaten Pidie Jaya. *Jurnal Vokasi*, 7(3), 284-290.
- Bintoro, A., Muhibuddin, M., Kalsum, U., Abidin, Z., & Irwansyah, D. (2024). Strategi Edukasi Pembelajaran Dalam Menanggulangi Bahaya Kecanduan Gadget Dan Narkoba Di Smk Negeri 3 Lhokseumawe. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 3(1), 168-174.
- Bintoro, A., Muhammad, M., Hafli, M., Badriana, B., & Zulfahmi, Z. (2022). PENINGKATAN KEMAMPUAN SUMBER DAYA MANUSIA MASYARAKAT DESA UTEUNKOT DALAM BIDANG INSTALASI LISTRIK MANDIRI UNTUK PEMUDA PUTUS SEKOLAH. *Jurnal Vokasi*, 6(2), 105-111.
- Rahman, A., Zulkifli, Z., Andika, A., Khadijah, S., Dwi, I., & Nana, C. (2023). Program Edukasi Kesadaran dan Pengetahuan Stunting Masyarakat Desa Meunasah Rayeuk Aceh Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(10), 2423-2433.
- Nusarika, Luh Alviolita Kusuma, and Ni Made Purnami. Pengaruh persepsi harga, kepercayaan, dan orientasi belanja terhadap niat beli secara online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar). Diss. Udayana University, 2015.



- Putri, Erni Puspanantasari. "Pengembangan klaster industri manufaktur kecil dan menengah di Kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia." *Prosiding Konferensi Internasional 2015 tentang Fisika dan Mekanika Material Baru dan Aplikasinya*, yang ditujukan untuk . 2016.
- Rahman, A. (2023). Obstacles to the process of sexual violence law enforcement in Aceh Utara. *International journal of educational review, law and social sciences*, 3(2), 442-448.
- Ula, M., Multazam, T., Hatta, M., Ezwarsyah, E., & Nasution, F. A. (2024). PKM Pendampingan Monitoring Pengukuran Kualitas Air Laut Menggunakan Baumemeter di Kecamatan Dewantara. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 3(1), 130-137.
- Ilhadi, V., Yulisda, D., Sahputra, I., & Habib, M. (2023). PENERAPAN SISTEM INROMASI WEBSITE DESA PAYA GABOH SEBAGAI MEDIA INFORMASI DESA. *Sisfo: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 7(2), 40-48.
- Fajri, R., Zulkifli, Z., & Aflizar, A. (2022). Sistem Informasi Kependudukan Gampong Pante Pisang Kecamatan Peusangan. *Jurnal Tika*, 7(3), 274-281.
- Rahman, A., Kembaren, E. T., & Baidhawi, B. (2023). Pembentukan Karakter Bersosialisasi Dengan Pembuatan Taman Bermain Anak Sebagai Alternatif Penyelesaian Masalah Kecanduan Game Online Pada Anak Usia 5-12 Tahun di Gampong Reuleut Timu Aceh Utara. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 2(1), 188-200.
- Sahputra, I., Pratama, A., Fachrurrazi, S., Muthmainnah, M., & Saptari, M. A. (2023). Meningkatkan Semangat Literasi Digital Pada Generasi Millennial Dalam Penangkalan Berita Hoaks. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 2(1), 283-288.
- Ratnamurni, Elis Dwiana. "Kinerja usaha kecil agroindustri makanan dan minuman di Jawa Barat." *Portofolio Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 8.2 (2011).
- Rohmah, Nihayatur, and Puput Eka Rahmawati. "Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Pemasaran Digital Dan Ekonomi Kreatif Di Gampong Karangsono." *InEJ: Indonesian Engagement Journal* 4.2 (2023).
- Suharto, Mohamad, et al. "Pelatihan Pengelolaan Website Toko Online Bagi Umkm Di Kawasan Pasar Tradisional Klewer Surakarta Sebagai Strategi Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)." *Demandia: Jurnal Gampong in Komunikasi Visual, Manajemen Gampong in, dan Periklanan* (2017): 229-245.
- Supriyanto, Agus, and Kharis Fadlullah Hana. "Strategi pengembangan Gampong digital untuk meningkatkan produktivitas umkm." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8.2 (2020): 199-216.