

## Pemberdayaan Pemuda Karang Taruna Melalui Literasi Bisnis Digital TikTok Affiliate dan Aplikasi Keuangan SIAPIK

1)Faizah Syihab, 2\*) Safrizal, 3) Denny Ganjar Purnama, 4) Johannes  
Hamonangan Siregar, 5) Chaerul Anwar

<sup>1</sup>Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Trilogi, Jakarta, Indonesia

<sup>2,3,4,5</sup>, Department of Information Systems, Fakultas Teknik dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya, Kota  
Tangerang, Indonesia

e-mail : <sup>1</sup>faizah@trilogi.ac.id, <sup>2</sup>safrizal.abdurrahman@upj.ac.id, <sup>3</sup>denny.ganjar@upj.ac.id,  
<sup>4</sup>johannes.siregar@upj.ac.id, <sup>5</sup>chaerul.anwar@upj.ac.id

### ABSTRACT

*The development of the digital economy presents opportunities for young people to increase their economic independence, but they are still constrained by low digital business literacy and financial management skills. This community service activity aims to improve the digital business literacy and financial recording skills of Karang Taruna youth using TikTok Affiliate and the financial application SIAPIK. The implementation methods include socialization, training, direct practical assistance, and evaluation. The TikTok Affiliate training focused on business account management, promotional content creation, and commission earning mechanisms, while the SIAPIK training focused on digital and systematic recording of income and expenditure transactions. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of digital business concepts, their ability to utilize TikTok Affiliate as a product promotion medium, and their skills in recording finances using SIAPIK. Participants also showed increased motivation to become entrepreneurs and awareness of the importance of transparent and accountable financial management. This activity contributed to strengthening digital literacy and supporting the economic empowerment of Karang Taruna youth to be more adaptive and competitive in the digital economy era.*

**Keywords:** digital entrepreneurship, digital literacy, Karang Taruna, SIAPIK, TikTok Affiliate.

### ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital menghadirkan peluang bagi pemuda dalam meningkatkan kemandirian ekonomi, namun masih terkendala oleh rendahnya literasi bisnis digital dan pengelolaan keuangan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi bisnis digital dan kemampuan pencatatan keuangan pemuda Karang Taruna melalui pemanfaatan TikTok *Affiliate* dan aplikasi keuangan SIAPIK. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, pendampingan praktik langsung, dan evaluasi. Pelatihan TikTok *Affiliate* difokuskan pada pengelolaan akun bisnis, pembuatan konten promosi, serta mekanisme perolehan komisi, sedangkan pelatihan SIAPIK diarahkan pada pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran secara digital dan sistematis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep bisnis digital, kemampuan memanfaatkan TikTok *Affiliate* sebagai media promosi produk, serta keterampilan dalam melakukan pencatatan keuangan menggunakan SIAPIK. Peserta juga menunjukkan peningkatan motivasi berwirausaha dan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang transparan dan akuntabel. Kegiatan ini berkontribusi dalam memperkuat literasi digital dan mendukung pemberdayaan ekonomi pemuda Karang Taruna agar lebih adaptif dan kompetitif di era ekonomi digital.

**Kata kunci:** Karang Taruna, kewirausahaan digital, literasi digital, SIAPIK, TikTok *Affiliate*.

## PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam aktivitas ekonomi komunitas semakin dipercepat oleh pemanfaatan teknologi cerdas yang mendukung proses pengolahan informasi, pengambilan keputusan, dan efisiensi kerja, sehingga teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat, tetapi juga sebagai *enabler* dalam penguatan kapasitas pelaku ekonomi lokal (Dwivedi dkk., 2021). Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi berkembang menjadi ruang ekonomi baru yang memungkinkan individu dan komunitas memperoleh pendapatan melalui aktivitas kreatif berbasis konten digital. Bagi masyarakat perdesaan dan desa wisata, perkembangan ini membuka peluang perluasan pasar tanpa harus bergantung pada sistem distribusi konvensional yang sering kali terbatas oleh faktor geografis dan modal.

Namun demikian, berbagai studi menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital di tingkat komunitas desa masih menghadapi kendala, terutama rendahnya literasi digital dan literasi keuangan. Kondisi ini menyebabkan peluang ekonomi digital belum dimanfaatkan secara optimal dan berkelanjutan. Pelaku usaha dan komunitas pemuda cenderung memanfaatkan media sosial secara sporadis, tanpa strategi yang terarah dan tanpa pencatatan keuangan yang memadai, sehingga aktivitas ekonomi yang dijalankan sulit dievaluasi dan dikembangkan (Irdawati dkk., 2025; Nugroho dkk., 2025).

Pemuda Karang Taruna memiliki posisi strategis dalam konteks ini. Sebagai organisasi kepemudaan di tingkat desa, Karang Taruna berperan sebagai motor penggerak kegiatan sosial dan ekonomi berbasis komunitas. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penguatan kapasitas Karang Taruna berkontribusi positif terhadap pengembangan desa wisata dan pemberdayaan ekonomi lokal, terutama ketika pemuda dilibatkan secara aktif dalam aktivitas inovatif dan produktif (Hiryanto, 2020; Prasetyo, 2025).

Berbagai praktik pengabdian menunjukkan bahwa keterlibatan aktif Karang Taruna bersama unsur masyarakat lokal lainnya mampu memperkuat partisipasi, meningkatkan kesadaran kolektif, serta mendorong pengembangan ekonomi desa secara berkelanjutan. Hal ini tercermin dalam program perintisan destinasi wisata Kampoeng Alpukat, yang menempatkan Karang Taruna sebagai aktor utama dalam pengembangan desa wisata berbasis potensi lokal dan partisipasi masyarakat (Syahri dkk., 2023). Namun, tanpa dukungan keterampilan digital dan pengelolaan keuangan yang memadai, peran strategis tersebut belum sepenuhnya optimal.

Salah satu peluang ekonomi digital yang relatif mudah diakses oleh pemuda desa adalah program *TikTok Affiliate*. Platform ini memungkinkan pengguna memperoleh pendapatan melalui promosi produk tanpa harus memiliki stok barang sendiri. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa TikTok efektif sebagai sarana pemasaran produk UMKM, termasuk di wilayah perdesaan, karena mengandalkan konten visual singkat yang mudah diproduksi dan menjangkau audiens luas (Aminah dkk., 2025). Pemanfaatan TikTok berbasis narasi dan kreativitas terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk serta memperkuat identitas pelaku usaha lokal di ruang digital.

Meskipun demikian, peningkatan pendapatan melalui platform digital perlu diiringi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Tanpa pencatatan keuangan yang tertib, peningkatan transaksi berpotensi menimbulkan permasalahan baru, seperti ketidakjelasan arus kas dan kesulitan dalam perencanaan usaha. Berbagai program pengabdian sebelumnya menegaskan bahwa literasi keuangan digital merupakan prasyarat penting bagi keberlanjutan usaha di era ekonomi berbasis teknologi (Irdawati dkk., 2025; Nugroho dkk., 2025).

Dalam konteks tersebut, aplikasi Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (SIAPIK) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia (BI, 2021) menjadi solusi pencatatan keuangan yang relevan bagi komunitas pemuda dan UMKM. Aplikasi ini dirancang sederhana, mudah digunakan, dan tidak memerlukan pemahaman akuntansi yang kompleks. Studi-studi pengabdian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital mampu meningkatkan kesadaran transparansi, efisiensi pengelolaan keuangan, serta kesiapan pelaku usaha dalam mengakses pendanaan (Irdawati dkk., 2025).

Urgensi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terletak pada kebutuhan integrasi antara pemanfaatan platform ekonomi digital dan pencatatan keuangan digital dalam satu kerangka pemberdayaan pemuda desa wisata. Berbeda dengan program yang hanya menekankan pada pemasaran digital atau literasi keuangan secara terpisah, kegiatan ini dirancang untuk mengombinasikan keduanya agar pemuda Karang Taruna tidak hanya mampu menghasilkan pendapatan, tetapi juga mengelolanya secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas pemuda Karang Taruna Desa Wisata Patengan dalam memanfaatkan TikTok *Affiliate* sebagai sumber pendapatan alternatif serta mengimplementasikan aplikasi SIAPIK sebagai alat pencatatan keuangan digital. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan literasi digital pemuda dalam memanfaatkan media sosial secara produktif, (2) menumbuhkan kesadaran dan keterampilan pencatatan keuangan digital, serta (3) memperkuat peran pemuda sebagai agen penggerak ekonomi desa wisata berbasis digital.

Rencana pemecahan masalah dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan partisipatif yang mencakup pengenalan konsep ekonomi digital, praktik pembuatan dan penyebaran konten TikTok *Affiliate*, serta implementasi langsung pencatatan transaksi menggunakan aplikasi SIAPIK. Pendekatan ini sejalan dengan temuan berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya yang menekankan pentingnya praktik langsung dan pendampingan berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas komunitas (Novita dkk, 2025).

Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan model pemberdayaan pemuda desa yang adaptif terhadap transformasi digital, sekaligus memperkuat keberlanjutan ekonomi lokal melalui praktik pencatatan keuangan yang transparan dan akuntabel.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, yang menempatkan pemuda Karang Taruna sebagai subjek utama sekaligus mitra aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dihadapi bersifat praktis dan kontekstual, sehingga membutuhkan proses pembelajaran berbasis pengalaman langsung dan pendampingan berkelanjutan. Model serupa telah terbukti efektif dalam berbagai program penguatan kapasitas digital pemuda dan UMKM di tingkat desa (Prasetyo dkk., 2025; Rasmuin dkk., 2023).

Tahap pertama diawali dengan identifikasi kebutuhan dan pemetaan kondisi awal peserta. Pada tahap ini dilakukan diskusi awal untuk menggali tingkat pemahaman peserta mengenai pemanfaatan media sosial, pengalaman memperoleh pendapatan digital, serta kebiasaan pencatatan keuangan yang selama ini dilakukan. Tahapan ini penting untuk memastikan bahwa materi pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan riil peserta, sebagaimana disarankan dalam pendekatan pemberdayaan komunitas berbasis kebutuhan (Setyawati dkk., 2025).

Tahap kedua adalah pelatihan literasi digital berbasis TikTok *Affiliate*. Materi difokuskan pada pengenalan konsep ekonomi digital, mekanisme kerja TikTok *Affiliate*, pemilihan produk, serta strategi pembuatan konten promosi yang relevan dengan potensi desa wisata. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dan disertai praktik langsung pembuatan konten sederhana. Pendekatan praktik langsung ini sejalan dengan temuan berbagai kegiatan pengabdian yang menegaskan bahwa pelatihan digital marketing akan lebih efektif apabila peserta terlibat langsung dalam simulasi dan produksi konten (Asizah dkk., 2025; Solih dkk., 2024).

Tahap ketiga dilanjutkan dengan pelatihan literasi keuangan digital menggunakan aplikasi SIAPIK. Peserta diperkenalkan pada fungsi dasar aplikasi, pengaturan awal, serta praktik pencatatan transaksi penerimaan dan pengeluaran. Pendampingan diberikan secara bertahap agar peserta mampu memahami alur pencatatan keuangan secara mandiri. Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital dalam kegiatan pengabdian terbukti mampu meningkatkan kesadaran transparansi dan efisiensi pengelolaan keuangan usaha (Irdawati, 2025).

Tahap akhir adalah pendampingan dan evaluasi. Pendampingan dilakukan untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis maupun nonteknis dalam penerapan TikTok *Affiliate* dan SIAPIK.

Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui observasi partisipasi, diskusi reflektif, serta peninjauan hasil praktik pencatatan keuangan dan aktivitas digital peserta. Pola pendampingan seperti ini banyak digunakan dalam pengabdian berbasis pemberdayaan pemuda karena mampu mendorong perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan (Tasni dkk., 2025).

### LOKASI KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Wisata Patengan, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat pada tanggal 12-13 September 2025. Desa ini merupakan kawasan wisata yang memiliki potensi ekonomi lokal di sektor pariwisata, produk kreatif, dan jasa pendukung wisata. Keberadaan pemuda Karang Taruna di desa ini menjadi aset penting dalam pengembangan promosi digital dan penguatan ekonomi berbasis komunitas.

Pemilihan lokasi didasarkan pada beberapa pertimbangan, antara lain potensi desa wisata yang belum sepenuhnya dioptimalkan melalui media digital, serta kebutuhan pemuda terhadap peningkatan literasi digital dan literasi keuangan. Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa desa wisata dengan keterlibatan aktif Karang Taruna memiliki peluang lebih besar untuk mengembangkan ekonomi lokal secara berkelanjutan (Susilo dkk., 2023; Apriliana & Pujiyanto, 2024).

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara luring melalui pelatihan tatap muka terhadap anggota Karang Taruna setempat, dengan mempertimbangkan kemudahan akses peserta dan efektivitas interaksi langsung. Pendampingan praktik dilakukan di lokasi kegiatan agar peserta dapat langsung mengimplementasikan materi sesuai dengan konteks aktivitas ekonomi yang mereka jalankan. Pendekatan berbasis lokasi ini sejalan dengan prinsip pengabdian kepada masyarakat yang menekankan kedekatan sosial dan pemahaman konteks lokal sebagai kunci keberhasilan program (Prasetyo dkk., 2025).



Gambar 1. Foto Kegiatan



Gambar 2. Foto Kegiatan



Gambar 3. Foto Kegiatan



Gambar 4. Foto Kegiatan



Gambar 5. Foto Kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan beberapa capaian utama yang berkaitan dengan peningkatan literasi digital dan literasi keuangan pemuda Karang Taruna di Desa Wisata Patengan. Berdasarkan observasi selama pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap konsep ekonomi digital, khususnya terkait mekanisme TikTok *Affiliate* sebagai sumber pendapatan alternatif.

Pada tahap pelatihan digital marketing, peserta mampu memahami alur kerja TikTok *Affiliate* mulai dari pemilihan produk, pembuatan konten promosi, hingga penyematan tautan afiliasi. Sebagian peserta berhasil memproduksi konten video promosi yang relevan dengan konteks desa wisata, seperti promosi produk lokal dan aktivitas wisata. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung efektif dalam meningkatkan keterampilan digital peserta, sejalan dengan temuan pengabdian sebelumnya yang menekankan pentingnya experiential learning dalam pelatihan pemasaran digital UMKM dan komunitas desa (Prasetyo dkk, 2025; Aminah dkk, 2025).

Selain peningkatan keterampilan digital, kegiatan ini juga menghasilkan peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya pencatatan keuangan. Melalui pelatihan aplikasi SIAPIK, peserta mampu melakukan pencatatan transaksi penerimaan dan pengeluaran secara sederhana dan sistematis. Peserta dapat menginput saldo awal, data barang, serta mencatat transaksi penerimaan dan pengeluaran secara mandiri. Kemampuan ini menjadi indikator awal terbentuknya kebiasaan pencatatan keuangan yang lebih tertib dan sistematis.

Peserta yang sebelumnya tidak memiliki kebiasaan pencatatan keuangan mulai memahami manfaat data keuangan sebagai dasar evaluasi aktivitas ekonomi yang dijalankan. Temuan ini konsisten dengan berbagai kegiatan pengabdian yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital dapat meningkatkan disiplin dan transparansi pengelolaan keuangan usaha kecil dan komunitas (Susilo dkk., 2023). Secara ringkas, capaian hasil kegiatan dapat disajikan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Perubahan Kondisi Peserta Sebelum dan Sesudah Kegiatan

No	Aspek	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1	Pemahaman TikTok Affiliate	Terbatas, belum memahami mekanisme	Memahami alur pendaftaran dan promosi
2	Pemanfaatan media sosial	Non-produktif	Produktif untuk promosi digital
3	Pencatatan keuangan	Tidak teratur / belum ada	Menggunakan aplikasi SIAPIK
4	Kesadaran transparansi keuangan	Rendah	Meningkat

## PEMBAHASAN

Peningkatan literasi digital pemuda Karang Taruna melalui TikTok *Affiliate* mencerminkan pergeseran peran pemuda desa dari sekadar pengguna media sosial menjadi pelaku ekonomi digital. Temuan ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media pemasaran berbasis narasi visual, terutama di wilayah perdesaan yang memiliki keterbatasan akses pasar konvensional (Aminah dkk., 2025). Konten video pendek yang diproduksi peserta tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga membangun identitas digital desa wisata dan produk lokal.

Keberhasilan peserta dalam memproduksi konten promosi juga menunjukkan bahwa hambatan teknis dalam pemasaran digital dapat diminimalkan melalui pendampingan yang kontekstual dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan Prasetyo et al. yang menekankan bahwa pendekatan partisipatif mampu meningkatkan kepercayaan diri dan konsistensi peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran (Prasetyo, 2025). Dengan demikian, pelatihan tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada pembentukan kapasitas dan kemandirian peserta.

Dari sisi literasi keuangan, implementasi aplikasi SIAPIK berperan penting dalam memperkuat aspek keberlanjutan ekonomi digital. Peningkatan aktivitas ekonomi tanpa pencatatan keuangan yang memadai berpotensi menimbulkan ketidakteraturan arus kas dan kesulitan evaluasi usaha. Oleh karena itu, pengenalan SIAPIK menjadi pelengkap strategis dari pemanfaatan TikTok *Affiliate*. Temuan ini mendukung hasil studi pengabdian yang menyatakan bahwa integrasi literasi keuangan dengan aktivitas ekonomi digital dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan kesiapan komunitas dalam mengembangkan usaha (Susilo dkk., 2025; Apriliana & Pujiyanto, 2024).

Selain dampak pada individu peserta, kegiatan ini juga memperkuat peran kelembagaan Karang Taruna sebagai agen pemberdayaan ekonomi lokal. Karang Taruna tidak hanya berfungsi sebagai wadah kegiatan sosial, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran ekonomi kreatif berbasis teknologi. Hasil ini sejalan dengan kajian yang menegaskan bahwa penguatan kapasitas Karang Taruna berkontribusi signifikan terhadap pengembangan ekonomi kreatif dan kesejahteraan masyarakat desa (Prasetyo, 2025; Soliha dkk., 2024).

Dengan demikian, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa integrasi pemasaran digital melalui TikTok *Affiliate* dan pencatatan keuangan digital melalui SIAPIK merupakan pendekatan yang relevan dan efektif dalam pemberdayaan pemuda desa wisata. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran ekonomi yang berkelanjutan dan berbasis komunitas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital dan literasi keuangan dapat dilakukan secara efektif melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan yang aplikatif. Pemanfaatan program TikTok *Affiliate* terbukti mampu meningkatkan pemahaman

pemuda Karang Taruna terhadap peluang ekonomi digital yang dapat diakses tanpa memerlukan modal usaha yang besar. Peserta tidak hanya memahami mekanisme kerja platform digital tersebut, tetapi juga mulai memanfaatkannya sebagai sarana promosi produk dan jasa lokal desa wisata.

Selain itu, implementasi aplikasi SIAPIK memberikan kontribusi positif terhadap pembentukan kebiasaan pencatatan keuangan yang lebih tertib, sederhana, dan transparan. Peserta mampu melakukan pencatatan transaksi penerimaan dan pengeluaran secara mandiri, sehingga memiliki dasar yang lebih baik dalam mengelola pendapatan dan mengevaluasi aktivitas usaha yang dijalankan.

Secara keseluruhan, integrasi literasi digital dan literasi keuangan dalam kegiatan pengabdian ini memperkuat peran pemuda sebagai penggerak ekonomi desa wisata berbasis digital. Temuan ini menegaskan bahwa pendampingan yang berkelanjutan dan kontekstual menjadi kunci dalam mendorong perubahan praktik ekonomi yang produktif dan berkelanjutan di tingkat komunitas

## SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, disarankan agar pemangku kepentingan desa, khususnya pemerintah desa dan pengelola desa wisata, dapat mendukung keberlanjutan program literasi digital dan literasi keuangan bagi pemuda Karang Taruna. Dukungan tersebut dapat berupa fasilitasi pendampingan lanjutan, penyediaan ruang belajar bersama, serta integrasi kegiatan ekonomi digital pemuda dengan program pengembangan desa wisata.

Bagi komunitas pemuda Karang Taruna, disarankan untuk terus mengembangkan keterampilan pembuatan konten digital dan menerapkan pencatatan keuangan secara konsisten menggunakan aplikasi SIAPIK agar aktivitas ekonomi yang dijalankan dapat terkelola dengan lebih baik dan berkelanjutan. Penerapan pencatatan keuangan secara rutin juga diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam kegiatan ekonomi komunitas.

Sementara itu, bagi peneliti atau pelaksana pengabdian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kegiatan serupa dengan cakupan peserta yang lebih luas serta durasi pendampingan yang lebih panjang. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji dampak jangka menengah dan jangka panjang dari integrasi literasi digital dan literasi keuangan terhadap peningkatan pendapatan, keberlanjutan usaha, dan penguatan ekonomi desa wisata

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Amukti, R., Yani, S., & Khoir, O, I. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Pemasaran Produk UMKM Pertanian di Wilayah Perdesaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 35-39. <https://journal.stiemifdasubang.ac.id/index.php/jmp/article/download/81/63>.
- Apriliansa, E. M., & Pujiyanto, W. E. (2024). Analisis Peran Organisasi Karang Taruna Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Gelam. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah JUPIEKE*, 2(1), 213-223. <https://journal.staiyqipqbaubau.ac.id/index.php/jupiekes/article/download/896/890/3493>.
- Asizah, A. B. M., Aris, V., Taufik, M., Hamzah, M. Q., & Asmirani, S. (2025). Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran Digital Pada UMKM Mudeena Food Di Kota Makassar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 9(1), 59-71. <https://jurnal.univrab.ac.id/index.php/jpm/article/view/6778/2622>.
- Bank Indonesia. (2021). *SIAPIK: Sistem aplikasi pencatatan informasi keuangan*. <https://www.bi.go.id>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J. S., Eirug, A., Galanos, V., Ilavarasan, P. V., Janssen, M., Jones, P., Kar, A. K., Kizgin, H., Kronemann, B., Lal, B., Lucini, B., ... Williams, M. D. (2021). Social media and digital transformation: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 57, 102-120. <https://www.sciencedirect.com>
- Hiryanto, Tohani, E., & Miftahuddin. (2020). Peningkatan Kapasitas Pengurus Karangtaruna melalui Optimalisasi Modal Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 1(4), 32-44. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jurnaldiklus/article/view/27875>.
- Irdawati, Dewantara, B., Nurcahya, C., & Ernayani, R. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan Digital Bagi Umkm Dalam Menghadapi Ekonomi Berbasis Teknologi. *Community Development Journal*,

- 6(3), 4791-4795.  
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/48383/29862>
- Novita, D., Hakim, M. A. E., Rodiah, Aisyah, Toni, J., & Yona, A. (2025). Implementasi Digitalisasi Ekonomi Lokal Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Arisan Gading. *Jurnal Multidisiplin Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 17-26.  
<https://jurnal.dokicti.org/index.php/jumputan/article/view/1221/706>.
- Nugroho, A. N., Hendarmin, RM. R., & Halin, H. (2025). Pelatihan Literasi Digital Keuangan bagi Pelaku UMKM dalam Pengelolaan Keuangan pada Pelaku Usaha di Desa Santan Sari, Kabupaten Banyuwangi. *Community Engagement & Emergence Journal*, 6(6), 5513-5525.  
<https://journal.yrpiuku.com/index.php/ceej/article/download/9811/5380/50938>.
- Prasetyo, D. D., (2025). Penguatan Kapasitas Kelembagaan Karang Taruna dalam Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Lentera Salam Institute*, 2(1), 28-36.  
<https://jurnal.elsalima.org/index.php/lsi/article/view/34>.
- Prasetyo, M. A. W., Fathoni, M. Y., Safitri, S. T., Fernandez, S., Wijayanto, S., Prasetyo, Y. D., & Afrad, M. Pemanfaatan TikTok sebagai Media Digital Marketing untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Cingebul. *Jurnal Abdimas PHB*, 8(3), 590-599.  
<https://ejournal.poltekharber.ac.id/index.php/abdimas/article/download/8910/pdf>.
- Rasmuin, Midza, U. N., Hasanah, W. R., Rismawati, M., Royan, A., & Nugraha, A. A. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pemasaran UMKM di Desa Babadan, Kecamatan Ngajum, Kabupaten Malang. *Jurnal Edukasi dan Pengabdian kepada Masyarakat Epmas*, 3(1), 19-26. <https://journal.ukrim.ac.id/index.php/Epmas/article/download/411/314/1353>.
- Tasni., Nurhajarurahmah, St. Z., Syukriani, A., Azis, S., & Asrifan, A. (2025). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pemuda Karang Taruna Untuk Mempromosikan Wisata Dan Produk. *Jurnal Sulapa Epa*, 1(2), 185-194. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JSE/article/view/10007>.
- Setyawati, E., Pujilestari, S., & Zuhria, S. A. (2025). Optimalisasi Peran Karang Taruna RW 02 Duren Jaya Kota Bekasi Dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Jurnal Vokasi*, 9(3). <https://e-jurnal.pnl.ac.id/vokasi/article/view/8220>.
- Soliha, I. A., dkk. (2024). Penguatan Peran Karang Taruna Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Jangur Melalui Program Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat BAHRI*, 1(1), 49-62. <https://e-jurnal.pnl.ac.id/vokasi/article/view/8220>.
- Susilo, H., Widodo, Mardiyah, S., Nusantara, W., & Mustakim. (2025). Pelibatan Karang Taruna dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata Kabupaten Gresik. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial*, 14(3), 209-223.  
<https://ejournal.kemensos.go.id/index.php/jsk/article/view/3338>.
- Syahri, M., Syarifuddin, A., & Wibowo, A. P. (2023). Perintisan Destinasi Wisata “Kampoeng Alpukat”. *Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat JPPM*, 2(1), 78-87.  
<https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/article/view/262/243>.