

**PELATIHAN *DIGITAL ECONOMY*, *DIGITAL CONTENT*,  
DAN *DIGITAL GOVERNANCE* BAGI PETANI DAN UMKM  
DI DESA RIMBO PANJANG KAMPAR**

**<sup>1\*</sup>Rd. Siti Sofro Sidiq, <sup>2</sup>Ismandianto, <sup>3</sup>Resdati, <sup>4</sup>Teguh Widodo,  
<sup>5</sup>Seger Sugiyanto**

<sup>1,3,4,5</sup>Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

<sup>2</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Email : <sup>1</sup>[sitisofofrosidiq@lecturer.unri.ac.id](mailto:sitisofofrosidiq@lecturer.unri.ac.id), <sup>2</sup>[ismandianto@lecturer.unri.ac.id](mailto:ismandianto@lecturer.unri.ac.id),

<sup>3</sup>[resdati@lecturer.unri.ac.id](mailto:resdati@lecturer.unri.ac.id), <sup>4</sup>[teguh.widodo@lecturer.unri.ac.id](mailto:teguh.widodo@lecturer.unri.ac.id),

<sup>5</sup>[seger.sugiyanto7965@grad.unri.ac.id](mailto:seger.sugiyanto7965@grad.unri.ac.id)

Manuskrip: Juli -2022; Ditinjau: Juli -2022; Diterima: Juli -2022;  
Online: Juli-2022; Diterbitkan: Juli-2022

**ABSTRAK**

Digitalisasi dapat membantu petani dan pelaku UMKM untuk memperluas jaringan pemasaran. Namun, untuk terlibat aktif dan menjadi bagian dari ekonomi digital perlu upaya untuk meningkatkan literasi tentang ekonomi digital serta aspek penunjangnya. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dan literasi kepada petani dan pelaku UMKM tentang 3 (tiga) aspek yaitu *digital economy*, *digital content*, serta *digital governance*. Pengabdian dilaksanakan dengan metode *Participatory Rural Appraisal* dengan tahapan survey dan identifikasi masalah, diskusi terfokus, pelaksanaan pelatihan serta evaluasi. Hasil survey dan diskusi dalam kegiatan pengabdian ini menemukan bahwa kawasan Rimbo Panjang Kampar memiliki potensi yang beragam dalam bidang pertanian antara lain perkebunan nanas, hortikultura, hingga tanaman obat. Mayoritas dijual dalam skala terbatas melalui tengkulak. Demikian juga dengan produk turunan UMKM, pemasaran masih terbatas dan belum menggunakan sistem online. Dalam kegiatan ini masyarakat dikenalkan mengenai ekonomi digital dan berbagai hal penting lain untuk mengoptimalkan pemasaran produk mereka sehingga dapat meningkatkan ekonomi keluarga. Keberhasilan pengabdian ini dilihat dari kemampuan peserta menjelaskan tentang ekonomi digital serta aspek penting lain sebagai kebutuhan utama dalam konteks pemasaran digital. Namun, terdapat masalah yang menjadi hambatan dan harus segera diselesaikan yaitu uji produk hingga perizinan edar.

**Kata Kunci: Digital Economy, Digital Content, Digital Governance, Petani, UMKM**

**PENDAHULUAN**

Potensi lokal dan produk yang dihasilkan oleh kreativitas petani maupun pelaku UMKM merupakan peluang dalam membangun ekonomi yang tangguh. Namun, dalam konteks mewujudkan ekonomi tangguh tersebut, terdapat tantangan sekaligus hambatan dalam hal lemahnya pemasaran sehingga penghasilan kurang

memadai (Islami et al., 2021). Optimalisasi memberdayakan petani dan pelaku UMKM di era digital dapat ditempuh melalui pemanfaatan pemasaran online (Az-Zahra, 2021) yang dapat menjangkau lebih banyak konsumen tanpa mengenal ruang dan waktu. Pemasaran online sangat penting untuk memaksimalkan pendapatan rumah tangga petani dan UMKM (Jalil et al., 2021). Di sisi lain, dengan pemanfaatan pemasaran digital maka hal ini merupakan wujud mendorong transformasi digital era 4.0 dan menyongsong society 5.0 (Sidiq et al., 2021).

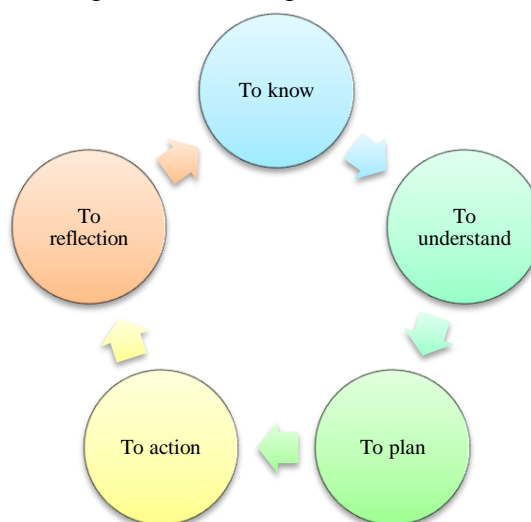
Akses informasi bagi petani dan pelaku UMKM mengenai ekonomi digital diperlukan sebelum mereka memasuki pemasaran online agar menjadi pedoman yang mengarahkan pada kemajuan serta melindungi diri mereka sendiri dari kejahatan *cyber*. Untuk memberikan literasi, upaya yang dapat dilakukan adalah melalui aktivitas pengabdian kepada masyarakat sebagai bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi (Budyastomo & Hasan, 2021). Berkaitan dengan pentingnya literasi ekonomi digital dan peran Perguruan Tinggi tersebut, tim pengabdian Jurusan Sosiologi dan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau bekerjasama dengan mahasiswa/i Kuliah Kerja Nyata melakukan kegiatan pelatihan 3 (tiga) pilar utama yaitu *digital economy*, *digital content*, dan *digital governance* di Desa Rimbo Panjang Kampar.

Karakteristik kawasan Rimbo Panjang Kampar adalah gambut yang dimanfaatkan oleh masyarakat menjadi lahan pertanian hortikultura maupun perkebunan nanas. Terdapat 366 orang yang bekerja di sektor pertanian, 983 buruh tani dan 2.255 jiwa wiraswasta sekaligus beberapa diantaranya memiliki usaha penjualan nanas (*Profil Desa Rimbo Panjang*, 2021). Budidaya nanas dilakukan dengan sederhana baik penanaman awal hingga panen lebih banyak dilakukan sendiri. Ketika panen, hasil penjualan lebih banyak ditampung oleh pengepul sehingga ada kecenderungan harga tertekan. Kreativitas dan inovasi muncul dari sebagian petani untuk mengolah nanas dalam bentuk produk jadi agar nilai tambah penjualan juga meningkat.

Namun, aspek pemasaran produk masih sangat lemah sehingga kurang memberikan kontribusi pada penghasilan rumah tangga petani dan pelaku UMKM serta pengembangan potensi secara maksimal (Sidiq et al., 2022). Pemasaran yang digunakan masih bersifat mulut ke mulut. Meskipun sudah pernah dibawa dalam acara pameran tetapi hal itu tidak berpengaruh signifikan pada peningkatan penjualan. Umumnya, mereka tertarik pada pemasaran digital. Tetapi, tidak semua petani memahami bagaimana cara pemasaran digital dan etika dalam ekonomi digital. Pemahaman ini penting dalam menyukseskan petani *go online* secara global dalam pemasaran produk usaha tani serta meningkatkan penghasilan rumah tangga (Widodo & Sidiq, 2019). Aspek yang akan menjadi fokus pelatihan adalah mengenai *Digital Economy*, *Digital Content*, dan *Digital Governance* untuk memperbanyak pengetahuan dan softskill petani dalam pemasaran produk secara digital.

## METODE

Pengabdian ini dilakukan dengan kerjasama dari 3 (tiga) dosen Jurusan Sosiologi dan 1 (satu) dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau dengan 10 (sepuluh) mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Terintegrasi tahun 2022. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah berbasis pada *Participatory Action Research (PAR)* dengan siklus sebagai berikut:



Terdapat 5 (lima) prinsip yang dijadikan sebagai acuan (Rahmat & Mirnawati, 2020). *To Know* (untuk mengetahui) tahap ini merupakan pemikiran subjektif dari tim pengabdian mengenai kehidupan masyarakat serta analisis potensi Sumber Daya Manusia dan Sumber Daya Alam. *To Understand* (untuk memahami) tim pengabdian bersama Pemerintah Desa Rimbo Panjang, masyarakat dan tim Kuliah Kerja Nyata berdiskusi mengidentifikasi masalah yang ada berkaitan pengembangan potensi. *To Plan* (untuk merencanakan) diskusi terarah dalam kelompok terbatas juga merumuskan rencana pelaksanaan kegiatan dalam menyusun konten maka dipertimbangkan aspek kondisi terkini masyarakat Rimbo Panjang sekaligus konteks global. *To Action* (melancarkan aksi) tim pengabdian melaksanakan kegiatan dengan bertujuan mengubah *mindset* untuk terjun dalam dunia digital memasarkan produk serta merangsang peran aktif kelembagaan. *To Reflection* (refleksi) pasca kegiatan pelatihan dilakukan maka terjadi proses diskusi dan pengamatan lebih lanjut untuk mengukur keberhasilan pelatihan tersebut.

Penjabaran tahap pengabdian meliputi 3 (tiga) hal yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi, rincian kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

	Tahap Pengabdian	Kegiatan
1	Persiapan	1. Diskusi internal tim untuk penyamaan persepsi serta mempersiapkan keperluan pengabdian meliputi dokumen perizinan, materi pengabdian, hingga pedoman observasi dan evaluasi 2. Koordinasi dengan Pemerintah Desa Rimbo Panjang dan pengurusan dokumen administrasi 3. Diskusi rencana kegiatan pengabdian

2	Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Observasi aktivitas dan kegiatan masyarakat sehari-hari</li><li>2. Survey dan observasi potensi desa bidang pertanian dan perkebunan</li><li>3. Survey dan observasi unit usaha masyarakat seperti gerai produksi nanas dan <i>lapak</i> dagang</li><li>4. Diskusi lanjutan memahami dinamika dan persoalan yang dihadapi masyarakat dalam pemasaran produk pertanian mereka</li><li>5. Diskusi mengenai langkah apa saja yang pernah dilakukan dan capaiannya</li><li>6. Pengenalan pada dunia pemasaran digital, penyusunan konten, dan etika dalam bisnis online termasuk keperluan administrasi produk yang akan dipasarkan</li></ol>
3	Evaluasi dan Tahap Pasca Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Diskusi dan Tanya jawab</li><li>2. Perumusan langkah tindak lanjut kegiatan</li><li>3. Penulisan laporan dan luaran serta rekomendasi</li></ol>

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Potensi Lahan Gambut Desa Rimbo Panjang Kampar**

Pemanfaatan lahan gambut untuk budidaya tanaman hortikultura dan perkebunan nanas sudah berlangsung sejak lama. Mereka menanam pada kebun milik sendiri atau sistem buruh dengan orang lain. Pada umumnya, posisi kebun tidak jauh dari tempat tinggal dan bersebelahan. Kepemilikan kebun terutama untuk jenis tanaman nanas berada di angka 2-3 hektar dengan kondisi sudah lebih dari 7 (lima) siklus panen. Sementara untuk tanaman hortikultura jumlahnya tidak banyak pada umumnya kurang dari 1 (satu) hektar.



Gambar 1. Potensi Tanaman Hortikultura



Gambar 2. Survey Potensi Perkebunan Nanas

Tanaman nanas dijual dengan harga berkisar antara 5.000-7.000 untuk setiap satu buah tergantung ukuran. Sementara hortikultura dijual langsung ke pasar dan pengepul di Pekanbaru. Jika di jual langsung petani dapat memperoleh penghasilan yang baik, tetapi jika dijual ke pengepul harganya berkurang. Rata-rata untuk penghasilan dari pemanenan nanas dalam kondisi yang baik satu kali siklus mencapai 2.000.000 tergantung luas dan pemupukan.

Pertanian di Desa Rimbo Panjang Kampar, tidak hanya dilakukan sendiri, kumpulan petani membentuk kelompok untuk memudahkan aktivitas pertanian terutama jika mereka hendak mendaftarkan bantuan tani. Terdapat sekitar 8 (delapan) kelompok tani tetapi situasi saat ini tidak semuanya aktif. Hal ini disebabkan adanya faktor kesibukan lain di luar aktivitas pertanian. Penyebab berikutnya adalah terjadi alih fungsi lahan pertanian menjadi kawasan permukiman yang cukup massif sejak 10 tahun terakhir sehingga membuat presentase lahan tani berkurang. Sedangkan untuk meningkatkan nilai jual nanas, dibentuk Kelompok Masyarakat (Pokmas) Nanas Berduri yang pernah memiliki pengalaman pendampingan dari Badan Restorasi Gambut sekitar tahun 2020 (Resdati et al., 2022). Pokmas Nanas Berduri diketuai oleh Desi Muliati dan beranggotakan 5 perempuan yaitu Wilda, Zili Febriana, Eli Suryani, Erna Dewita, Ria Susanti serta beranggotakan 2 laki-laki yaitu Zuhendrianto dan Syafridi. Namun, dari 8 (delapan) anggota hanya 5 (lima) orang yang aktif dan sebagian besar adalah perempuan.



Gambar 3. Produk Olahan Nanas Kelompok Masyarakat Berduri

Mereka mengolah nanas menjadi aneka produk seperti minuman, dodol nanas, keripik nanas, stick nanas, rendang nanas, dan lain-lain. Teknologi yang digunakan masih sederhana, meskipun telah memiliki alat produksi dodol tetapi alat tersebut belum digunakan karena keterbatasan tempat. Produk yang diolah Pokmas Nanas Berduri telah diupayakan untuk dijual ke berbagai tempat. Mereka juga sudah berupaya untuk membuat akun instagram dan menitipkan pada toko oleh-oleh di Pekanbaru tetapi belum memberikan dampak signifikan pada penjualan dan penghasilan kelompok.

#### **Pelaksanaan Pelatihan *Digital Economy, Digital Content, dan Digital Governance***

Digitalisasi dapat memberikan manfaat dalam perluasan jaringan pemasaran produk usaha yang dimiliki oleh masyarakat. Produk yang diproduksi tidak hanya akan menjangkau pasar nasional tetapi juga hingga tingkat global. Adanya perluasan akses tersebut merupakan peluang yang baik dalam meningkatkan penjualan serta penghasilan. Selama ini, akses pemasaran adalah problem yang paling banyak ditemui serta menjadi penghambat perkembangan usaha. Sehingga diperlukan literasi yang dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada

petani dan pelaku UMKM tentang ekonomi digital dan unsur penting yang harus diperhatikan. Untuk itu, kami mendesain materi pengabdian yang menggabungkan antara dasar teori dan kondisi lapangan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2. Materi Pengabdian Masyarakat

	<b>Materi Pengabdian</b>	<b>Penanggungjawab</b>
<i>Digital Economy</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revolusi industri 4.0 dan pemberdayaan era society 5.0</li> <li>2. Tujuan ekonomi digital</li> <li>3. Peluang ekonomi digital dalam pemberdayaan berkelanjutan</li> <li>4. Tantangan dan masalah dalam digitalisasi ekonomi</li> </ol>	Prof. Dr. Dra. Rd. Siti Sofro Sidiq, M.Si
<i>Digital Content</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengenali target pasar</li> <li>2. Etika ekonomi digital</li> <li>3. Prinsip AIDA (<i>Attraction</i>: konten yang menarik melalui gambar atau kombinasi warna; <i>Interest</i>: membuat tagline, quote, logline, misi; <i>Desire</i>: menyusun narasi atau cerita yang menarik berupa bujukan dan sugesti; <i>Action</i>: menuliskan informasi pendukung seperti alamat, telepon, harga, dan tagar)</li> </ol>	Ismandianto, S.I.Kom.,M.I.Kom
<i>Digital Governance</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Regulasi, pelayanan, dan kebijakan terkait <i>platform</i> media sosial dan pemberdayaan ekonomi digital</li> <li>2. Prosedur perizinan dan administrasi yang berkaitan dengan pemasaran produk</li> <li>3. Aplikasi dan/atau <i>platform</i> legal yang dapat dimanfaatkan dalam pemasaran</li> </ol>	Resdati, S.Sos.,M.Si Teguh Widodo, S.Sos.,M.Si
Materi Pelengkap	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peran pemerintah desa dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan potensi lokal</li> <li>2. Kelembagaan dan kolaborasi dalam pemberdayaan masyarakat</li> </ol>	Seger Sugiyanto, S.Sos

Keseluruhan materi yang diberikan tidak hanya disesuaikan pada realitas lapangan di lokasi pengabdian, tetapi disesuaikan pula pada konteks pengetahuan mengenai ekonomi digital yang memadai dan *update* untuk menghadapi percepatan transformasi digital (Auliasari et al., 2021). Materi disampaikan secara bergiliran di hadapan 30 peserta oleh tim dosen dan anggota pengabdian dengan durasi waktu sekitar 15-20 menit.



Gambar 4. Penyampaian Materi Pengabdian

Tidak hanya berfokus pada ekonomi digital, pelatihan juga dilengkapi dengan informasi tentang manajemen kelembagaan sebagai bagian penting dalam suksesti pengembangan potensi melalui *platform* digital. Dalam konteks pemberdayaan berkelanjutan melalui pemanfaatan *platform* digital, kami mendorong peran aktif kelembagaan baik Pemerintah Desa Rimbo Panjang, BUMDes Rimbo Panjang, serta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Nanas Berduri untuk bergerak aktif dalam memasarkan produk mereka melalui media sosial seperti *Marketplace Facebook*, *Instagram*, *Tiktok*, *Youtube*, toko online seperti *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, dan website penjualan lainnya. Hal ini perlu dilakukan terutama pasca pelatihan sebagai bentuk penerapan materi yang diberikan menyangkut ekonomi digital. Partisipasi aktif dari kelembagaan Desa Rimbo Panjang diperlukan untuk keberhasilan pemasaran yang lebih luas. Dengan adanya partisipasi aktif tersebut, petani dan pelaku UMKM akan lebih sejahtera karena terjadi perluasan pasar serta peningkatan penghasilan.

Pasca penyampaian materi pelatihan dilanjutkan dengan kegiatan diskusi. Proses diskusi tidak hanya membahas potensi Desa Rimbo Panjang secara umum, tetapi juga mengungkap masalah yang selama ini dihadapi baik oleh masyarakat maupun pemerintah desa. Antusias peserta mengikuti pelatihan dapat dikatakan baik dilihat dari banyaknya pertanyaan yang muncul dan proses diskusi yang timbal balik.



Gambar 5. Diskusi dan Foto Bersama Peserta Pengabdian

Peserta pengabdian memiliki antusias yang baik mendengarkan materi pelatihan sekaligus aktif bertanya kepada narasumber. Sesi diskusi berlangsung dalam waktu sekitar 30 menit dengan pembahasan mengenai pengalaman pihak Pemerintah Desa Rimbo Panjang dalam memajukan UMKM serta meningkatkan kesejahteraan petani nanas. Diskusi berlangsung dua arah dengan dipandu oleh masing-masing narasumber secara berurutan sesuai materi yang dipertanyakan.

*“Alhamdulillah ada pelatihan ini. Pelatihan digital penting untuk mendukung kami mengembangkan potensi yang ada khususnya nanas. Selama ini memang kendala paling besar di pemasaran sementara pelatihan digital jarang didapatkan.”* (Disampaikan oleh Bapak Junaedi sebagai Kepala Seksi Kesejahteraan Desa Rimbo Panjang Kampar, 05 Agustus 2022).

Pembahasan mengenai *digital economy*, *digital content*, dan *digital governance* menjadi materi baru yang menarik dan membantu dalam membuka ide serta wawasan pemasaran. Selama ini petani maupun pelaku UMKM masih jarang mendapatkan pelatihan berbasis online. Setelah adanya pelatihan peserta diharapkan mampu mencoba dengan memanfaatkan *platform* digital sederhana seperti *marketplace facebook* sebagai tempat jual beli yang sudah biasa dilihat atau diakses. Dorongan ini ditujukan untuk membiasakan diri serta merangsang kreativitas dalam pemasaran sehingga tujuan mewujudkan *digitalisasi* ekonomi Rimbo Panjang dapat terealisasi.

### **Pembahasan**

Rangkaian kegiatan pengabdian terlaksana dengan baik sesuai jadwal yang telah ditentukan. Namun, terdapat kendala yang ditemui yaitu sulitnya mengumpulkan petani dan pelaku UMKM untuk mengikuti kegiatan pelatihan karena faktor kesibukan pada aktivitas pertanian. Akan tetapi, komunikasi dan koordinasi dengan Pemerintah Desa Rimbo Panjang yang berjalan baik dapat mengatasi persoalan tersebut. Meskipun pelatihan ini tidak dapat menjangkau seluruh petani dan pelaku UMKM di Rimbo Panjang tetapi 30 peserta yang hadir diharapkan dapat menjadi *agent* untuk mendorong digitalisasi ekonomi pengembangan potensi pertanian. *Digitalisasi* ekonomi di Rimbo Panjang Kampar diharapkan terlaksana dengan baik sehingga petani dan pelaku UMKM mampu bertahan serta memiliki taraf kehidupan yang lebih sejahtera.

Diskusi ini juga menghimpun informasi penting. *Pertama*, Kelompok Masyarakat Nanas Beduri (PONARI) sebagai kelembagaan yang dibentuk dalam mengembangkan potensi khususnya nanas dan produk turunannya belum mampu memasarkan produk secara *online* karena keterbatasan informasi cara menyusun konten serta mengoperasikannya. *Kedua*, produk yang sudah dihasilkan berupa dodol nanas, sirup nanas, stick nanas, dan rendang nanas belum memiliki izin edar dan label halal. *Ketiga*, produk nanas dan turunannya belum pernah diuji untuk mengetahui kandungan gizi yang ada di dalamnya. *Keempat*, keterbatasan dana untuk melengkapi sarana produksi, pengurusan perizinan, dan uji kualitas. *Kelima*,



BUMDes Rimbo Panjang belum menunjukkan kontribusi aktif dalam pengembangan potensi yang ada.

Sebagai tolak ukur dan capaian dari kegiatan pengabdian dapat dilihat dari komitmen petani, pelaku UMKM, dan unsur Pemerintah Desa Rimbo Panjang Kampar untuk berkolaborasi bersama tim pengabdian dalam hal pembinaan maupun pendampingan mengurus keperluan usaha termasuk dokumen administrasi. Tindak lanjut berbasis kolaborasi dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat diharapkan menjadi langkah yang baik untuk optimalisasi pemasaran produk petani serta UMKM di Desa Rimbo Panjang Kampar.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Dosen Jurusan Sosiologi dan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada petani dan pelaku UMKM terkait 3 (tiga) aspek penting yaitu *digital economy*, *digital content*, dan *digital governance*. Aspek lain sebagai daya dukung juga disampaikan menyangkut kelembagaan sosial. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah mendorong petani dan pelaku UMKM untuk memanfaatkan *platform* digital dalam pemasaran produk sehingga terjadi peningkatan penghasilan. Kegiatan pengabdian berlangsung dengan baik, peserta pengabdian memiliki antusias yang tinggi mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir. Demikian pula dengan unsur Pemerintah Desa Rimbo Panjang yang memberikan respon dalam bentuk kesiapan bekerja sama dan kolaborasi pembinaan petani serta pelaku UMKM memasuki ekonomi digital.

### **Rekomendasi**

Kegiatan pengabdian ini memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Diperlukan dukungan dalam bentuk pendanaan untuk pemberdayaan ekonomi dari Pemerintah Desa Rimbo Panjang dan Dinas terkait dari Pemerintah Kabupaten Kampar.
2. Diperlukan dukungan dalam bentuk pendampingan usaha serta perizinan administrasi produk dan uji kualitas terutama dari Pemerintah Desa Rimbo Panjang dan Dinas terkait dari Pemerintah Kabupaten Kampar.
3. Diperlukan kerjasama dan kolaborasi untuk penguatan kelembagaan serta peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai ekonomi digital secara berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Auliasari, K., Kertaningtyas, M., & Willis, D. (2021). Penerapan Model AIDA pada Pembuatan Konten Digital Marketing Kreasi Kayu IMMUX. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 21(3), 341–348.
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi Digital Marketing sebagai Strategi dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science*, 77–88.

- Budyastomo, A. W., & Hasan, S. (2021). Peran Pengabdian Masyarakat Melalui Penguatan Keluarga, Kelembagaan Sosial dan Desa di Masa Pandemi Covid-19. *Batoboh: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 19–33.
- Islami, N. W., Supanto, F., & Soeroyo, A. (2021). Peran Pemerintah Daerah dalam Mengembangkan UMKM yang Terdampak Covid-19. *Karta Rahardja: Jurnal Pembangunan Dan Inovasi*, 3(1), 45–57. <https://ejournal.malangkab.go.id/index.php/kr/article/view/44>
- Jalil, A., Yesi, & Sugiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Pengembangan Produk Dodol Nenas di Desa Tanjung Leban Bengkulu. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1–8.
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participatory Action Research dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62–71.
- Resdati, Syafrizal, Hidir, A., & Marnelly, T. R. (2022). Penguatan Ketangguhan Modal Sosial Kelompok Nanas Berduri Akibat Pandemi Covid-19 di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *Tridarma: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 5(1), 80–88.
- Sidiq, R. S. S., Resdati, Fadli, M., Widodo, T., & Sugiyanto, S. (2022). Kapabilitas Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) dalam Pengembangan Ekonomi Lokal. *International Journal of Demos*, 4(2), 773–779.
- Sidiq, R. S. S., Susanti, R., Widodo, T., & Sugiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Petani Gambut Melalui Pemanfaatan Cyber Extension di Desa Rimbo Panjang Kabupaten Kampar. *Education and Development*, 9(4), 380–384.
- Widodo, T., & Sidiq, R. S. S. (2019). Pemberdayaan Kelompok UMKM Keripik Nenas dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga. *Kelola: Jurnal Sosial Politik*, 2(2), 1–10.