ABDIMAS TERAPAN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Terapan
Volume 4, Nomor 1, Juni 2026
E-ISSN .: 2987-8608 ; P-ISSN .: 2987-8616, Hal. 95-105
DOI: https://doi.org/10.59061/abdimasterapan.v4i1.1498
Tersedia: https://e-journal.poltek-kampar.ac.id/index.php/ABDIMASTERAPAN

Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Canva dan Prompt AI dalam Program Penguatan P2MI-BK Bagi Purna PMI Desa Ampelsari Kebumen

Canva and Prompt AI-Based Digital Marketing Optimization in the P2MI-BK Strengthening Program for Former Indonesian Migrant Workers (PMI) in Ampelsari Village, Kebumen

Dani Rizana[1*], Akmil Sugiantoro[2], Reni Suci Wahyuni[3], Kuswahyudi Rustam[4]
[1] Magister Manajemen, Universitas Putra bangsa, Indonesia
[2] Pemograman OKR, Akademi Komunitas Al-Kahfi, Indonesia
[3-4] Bisnis Digital, Politeknik Sawunggalih Aji, Indonesia
Email : danirizana@gmail.com[1],akmilsugiantoro@gmail.com[2],*
renisucuwahyuni97@gmail.com[3],kuswahyudi@polsa.ac.id[4]

**Penulis Korespondensi: danirizana@gmail.com*

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 13 Mei 2026;
Revisi: 21 Mei 2026;
Diterima: 26 Juni 2026;
Terbit: 30 Juni 2026

Keywords: *Canva AI; Digital Marketing; Micro Enterprises; P2MI-BK; Retired Indonesian Migrant Workers.*

Abstract: *Former Indonesian Migrant Workers (PMI) often face serious challenges in the form of economic shocks and financial vulnerability upon returning to their hometowns. The Community-Based Strengthening Protection of Indonesian Migrant Workers (P2MI-BK) program, initiated by Lakpesdam PBNU, provides economic protection to transform the assets of former PMI workers into productive micro-enterprises. However, 25 former PMI entrepreneurs in Ampelsari Village, Kebumen District, still face challenges due to a digital literacy gap and limited ability to produce engaging digital promotional media. This community service activity aims to optimize digital marketing strategies (digital presence) and improve creative visual content creation skills using the Canva application integrated with Generative Prompt AI technology. The method used is the Asset-Based Community Development (ABCD) approach combined with participatory training (andragogy), consisting of sessions explaining marketing strategy concepts (20%) and guided independent practice and interactive evaluation (80%). The results of the community service show that the training was successfully completed with a 100% target achievement rate. The use of AI-based features, such as Magic Write for copywriting and Magic Design for automated visualization, has been proven to reduce creative content production time by up to 50% while simultaneously breaking down the technology anxiety barrier for novice entrepreneurs. The evaluation phase, which included self-presentations and direct corrections by the facilitator, successfully shifted participants' thinking regarding the importance of visual hierarchy and brand identity aesthetics. As a sustainability measure, a post-training digital communication group was formed as a long-term business incubation medium so that the micro-enterprise community of former Indonesian Migrant Workers (PMI) in Ampelsari Village has a strong competitive advantage in sustainably supporting family economic independence.*

Abstrak.

Purna Pekerja Migran Indonesia (PMI) sering kali menghadapi tantangan serius berupa guncangan ekonomi dan kerentanan finansial sekembalinya ke daerah asal. Program Penguatan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia Berbasis Komunitas (P2MI-BK) yang diinisiasi oleh Lakpesdam PBNU hadir sebagai ruang perlindungan ekonomi untuk mentransformasikan aset purna PMI menjadi usaha mikro yang produktif. Namun, 25 pelaku usaha purna PMI di Desa Ampelsari, Kecamatan Kebumen, masih terkendala oleh kesenjangan literasi digital dan keterbatasan kemampuan memproduksi media promosi digital yang menarik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital (digital presence) dan meningkatkan keterampilan pembuatan konten visual kreatif menggunakan aplikasi Canva yang terintegrasi dengan teknologi

Generative prompt AI. Metode yang digunakan adalah pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) yang dipadukan dengan pelatihan partisipatif (andragogi), yang terdiri dari sesi pemaparan konsep strategi pemasaran (20%) serta praktik mandiri terbimbing dan evaluasi interaktif (80%). Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan berhasil diselesaikan dengan tingkat capaian target 100%. Pemanfaatan fitur berbasis AI, seperti Magic Write untuk copywriting dan Magic Design untuk visualisasi otomatis, terbukti mampu memangkas waktu produksi konten kreatif hingga 50% sekaligus meruntuhkan hambatan kecemasan teknologi pada pelaku usaha pemula. Tahap evaluasi yang diisi dengan presentasi mandiri dan koreksi langsung oleh fasilitator berhasil mengubah paradigma berpikir peserta mengenai pentingnya hierarki visual dan estetika identitas merek (branding). Sebagai langkah keberlanjutan, dibentuk grup komunikasi digital pasca-pelatihan sebagai media inkubasi bisnis jangka panjang agar komunitas usaha mikro purna PMI di Desa Ampelsari memiliki keunggulan kompetitif yang kokoh dalam menopang kemandirian ekonomi keluarga secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Canva AI; P2MI-BK; Pemasaran Digital;Purna PMI; Usaha Mikro.

1. PENDAHULUAN

Pekerja Migran Indonesia (PMI) memegang peranan krusial sebagai pahlawan devisa yang menopang stabilitas perekonomian, baik di tingkat makro maupun mikro pada daerah asal mereka. Sayangnya, romantisasi kontribusi finansial ini sering kali tidak berbanding lurus dengan realitas kemandirian ekonomi pasca-migrasi. Kebanyakan pekerja migran yang kembali ke tanah air (purna PMI) menghadapi guncangan ekonomi yang serius akibat ketiadaan pekerjaan formal yang stabil, ditambah dengan pola konsumsi yang tidak produktif selama berada di luar negeri (Aswatini, 2020). Tanpa adanya pengelolaan modal dan pendampingan yang sistematis, para purna PMI ini rentan terjebak kembali ke dalam lingkaran kemiskinan atau terdorong untuk kembali bekerja ke luar negeri melalui jalur non-prosedural yang membahayakan keselamatan mereka (Joko Fitra, 2019).

Menyikapi urgensi tersebut, pemberdayaan berbasis komunitas menjadi instrumen proteksi paling rasional untuk membangun ketahanan ekonomi dari tingkat akar rumput. Melalui Program Penguatan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia Berbasis Komunitas (P2MI-BK), Lembaga Kajian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (Lakpesdam PBNU) menginisiasi langkah konkret untuk memberikan penguatan kapasitas kewirausahaan lokal. Program ini ditempatkan sebagai ruang inkubasi ekonomi guna mentransformasikan aset finansial purna PMI menjadi usaha mikro yang produktif (Hariani et al., 2026). Salah satu wilayah yang menjadi fokus penguatan strategis ini adalah Desa Ampelsari, Kecamatan Kebumen, yang memiliki basis komunitas purna PMI dengan potensi ekonomi lokal yang cukup besar namun masih memerlukan stimulasi manajerial yang terarah.

Namun, tantangan terbesar bagi 25 pelaku usaha mikro purna PMI di Desa Ampelsari saat ini adalah ketatnya penetrasi pasar digital yang merubah perilaku konsumen secara radikal. Konsumen modern kini menuntut interaksi yang serba cepat, di mana rata-rata individu

menghabiskan waktu lebih dari enam jam sehari dalam ekosistem digital demi mencari informasi produk hingga melakukan transaksi beli (Iwan Armawan et al., 2025). Transformasi ini menggeser paradigma bisnis konvensional; keberadaan digital (*digital presence*) bukan lagi sebuah opsi penunjang untuk memperluas pasar, melainkan sebuah prasyarat mutlak jika sebuah usaha ingin bertahan dan ditemukan oleh calon pelanggan (Aryadi et al., 2024). Bagi usaha mikro yang dikelola purna PMI, kegagalan dalam beradaptasi dengan realitas digital ini akan membuat mereka kalah saing sejak awal dengan kompetitor modern. Sayangnya, pemanfaatan teknologi informasi di kalangan purna PMI di perdesaan masih terjebak pada penggunaan yang sifatnya konsumtif, bukan produktif (Rizkhie, 2024).

Mengoptimalkan pemasaran digital nyatanya menuntut pemahaman strategis yang menyeluruh, mulai dari perumusan target pasar yang SMART, implementasi komunikasi dua arah yang autentik untuk menjaga loyalitas pelanggan, hingga kemampuan teknis dasar seperti optimasi mesin pencari secara berkelanjutan(Anita et al., 2023; Pattiasina et al., 2025). Sebagian besar pelaku usaha purna PMI di Desa Ampelsari mengeluhkan sulitnya mengalokasikan modal untuk beriklan atau mempekerjakan tenaga ahli, serta minimnya literasi data mereka untuk melacak metrik penting seperti *traffic, engagemen*t, hingga tingkat konversi penjualan. Akibatnya, pemanfaatan media sosial yang mereka lakukan saat ini masih bersifat sporadis dan belum menghasilkan dampak omzet yang signifikan. Selain kendala strategi dan literasi data, kelemahan mendasar pada sektor usaha mikro di perdesaan terletak pada kualitas visual dan identitas produk yang ditawarkan. Dalam pemasaran digital, visualisasi konten memegang peranan utama sebagai penentu keputusan pertama konsumen (*first impression*) (Nova Utama et al., 2025).

Pemasaran konten (*content marketing*) membutuhkan kreativitas untuk mengubah ide promosi menjadi representasi visual yang profesional dan mampu memicu konversi penjualan (Sahertian, 2026). Di sinilah aplikasi Canva hadir sebagai solusi teknologi yang inklusif bagi pemula, karena menyediakan ribuan templat siap pakai dan fitur manajemen branding yang konsisten tanpa menuntut keahlian desain grafis tingkat tinggi (Sahertian, 2026). Keterampilan praktis inilah yang mendesak untuk ditransfer kepada para purna PMI agar produk lokal mereka memiliki nilai estetika dan daya tawar yang sejajar dengan produk pabrikan. Melihat kesenjangan literasi dan keterampilan operasional tersebut, kehadiran akademisi dan praktisi sebagai fasilitator maupun narasumber sangat dibutuhkan untuk menjembatani digital divide di pedesaan.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat terintegrasi dalam skema P2MI-BK Lakpesdam PBNU ini, tim pengabdi menyelenggarakan pelatihan optimasi pemasaran digital

serta praktik pembuatan desain visual penjualan menggunakan Canva bagi 25 dan prompt AI purna PMI di Desa Ampelsari, Kecamatan Kebumen. Pelatihan ini dirancang dengan pendekatan andragogi yang menitikberatkan pada praktik langsung demi menumbuhkan kemandirian literasi teknologi mereka. Diharapkan, intervensi pengabdian ini mampu melahirkan fondasi usaha mikro yang adaptif, meningkatkan keunggulan kompetitif produk purna PMI, serta mengamankan stabilitas ekonomi keluarga mereka secara berkelanjutan di tanah air.

2. METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang dikombinasikan dengan metode pelatihan partisipatif (*andragogi*). Menurut Rachmatsyah et al., (2026), pendekatan ABCD sangat efektif dalam menitikberatkan pemanfaatan potensi modal finansial, pengalaman, dan aset internal yang telah dimiliki oleh komunitas sasaran, untuk kemudian diakselerasi melalui peningkatan literasi teknologi digital. Kegiatan abdimas ini diimplementasikan secara terintegrasi dalam kerangka Program Penguatan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia Berbasis Komunitas (P2MI-BK) yang diinisiasi oleh Lembaga Kajian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (Lakpesdam PBNU).

Mitra sasaran utama dalam kegiatan pengabdian ini adalah komunitas purna PMI yang berdomisili di Desa Ampelsari, Kecamatan Kebumen. Total peserta yang terlibat aktif dan menjadi subjek pendampingan berjumlah 25 orang, yang seluruhnya merupakan pelaku usaha mikro atau purna PMI yang baru merintis usaha mandiri di daerah asal mereka. Dalam pelaksanaan program ini, pengabdi bertindak langsung sebagai narasumber sekaligus fasilitator yang mengawal transfer pengetahuan teknis (knowledge transfer) serta mendampingi sesi praktik secara intensif demi memastikan efektivitas penyerapan materi.

Secara sistematis dan kronologis, tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dibagi ke dalam tiga fase utama, yaitu:

Tahap Persiapan (Pra-Pelaksanaan)

Pada tahap awal, fasilitator melakukan koordinasi mendalam dengan pengurus Lakpesdam PBNU dan perangkat Desa Ampelsari untuk memetakan profil usaha, karakteristik komoditas lokal, serta tingkat literasi digital dasar dari 25 peserta purna PMI. Menurut target analisis dari (Sumardi Efendi et al., 2025), langkah koordinasi dan pemetaan awal ini krusial untuk memastikan materi yang disampaikan selaras dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Selanjutnya, tim pengabdi menyusun modul panduan praktis bertajuk Optimalisasi Pemasaran Digital, menyiapkan kurikulum pelatihan pembuatan desain visual penjualan, serta merumuskan instrumen evaluasi berupa kuesioner pre-test dan post-test untuk mengukur pemahaman awal peserta berdasarkan standar asesmen pelatihan.

Tahap Pelaksanaan (Implementasi Pelatihan)

Fase inti pendampingan dilaksanakan dengan memadukan pemaparan konsep teoretis sebesar 20% dan praktik mandiri terbimbing (*hands-on experience*) sebesar 80% guna menstimulasi keterampilan motorik peserta (Knowles, 1980). Proses transfer keterampilan ini dibagi ke dalam dua sesi utama:

Sesi I: Fondasi Strategi Pemasaran Digital.

Narasumber memberikan pemahaman komprehensif mengenai urgensi keberadaan digital (*digital presence*), teknik merumuskan target pasar secara spesifik, taktik komunikasi dua arah dengan konsumen demi membangun loyalitas merek, hingga pengenalan konsep tujuan yang SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*) yang diadopsi dari kerangka kerja pemasaran modern (Kotler et al., 2021).

Sesi II: Praktik Pembuatan Konten dengan Canva dan Fitur Berbasis AI.

Peserta dibimbing langsung menggunakan gawai (*smartphone*) masing-masing untuk mengoperasikan aplikasi Canva. Praktik pada sesi ini diakselerasi dengan memanfaatkan integrasi teknologi Generative prompt AI yang tertanam di dalam platform tersebut juga menggunakan Gemini AI, seperti fitur Magic Write untuk menyusun teks iklan (*copywriting*) secara otomatis, serta *Magic Design* untuk menghasilkan draf templat visual instan hanya berdasarkan perintah teks. Setelah draf terbentuk, peserta diarahkan untuk melakukan personalisasi visual secara manual meliputi penyelarasan warna merek (branding), elemen grafis, hingga teknik mengekspor multi-format visual (JPG/PNG) yang siap diunggah ke berbagai media sosial sebagai media penjualan produk purna PMI. Pemanfaatan kombinasi alat desain dan asisten berbasis AI ini terbukti mampu memotong waktu produksi konten kreatif hingga 50% bagi pelaku usaha pemula yang memiliki keterbatasan sumber daya.

Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan

Untuk menilai efektivitas intervensi yang dilakukan oleh fasilitator, diterapkan evaluasi hasil (*outcome evaluation*) yang komprehensif (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2016). Pada tahap ini, masing-masing dari 25 peserta purna PMI melakukan presentasi hasil karya desain visual promosi dan strategi pemasaran yang telah mereka buat menggunakan Canva berbasis AI. Proses presentasi ini berfungsi sebagai ruang uji coba bagi peserta sekaligus media evaluasi produk akhir (*output evaluation*) secara langsung.

Fasilitator bertindak memberikan koreksi, ulasan konstruktif, serta masukan teknis terkait komposisi visual, keselarasan branding, efektivitas pesan copywriting, hingga kesiapan konten untuk diunggah ke media sosial. Selain evaluasi karya, dilakukan pula analisis komparatif nilai pre-test dan post-test guna melihat signifikansi peningkatan pemahaman kognitif peserta sebelum dan sesudah intervensi dilakukan. Tahap akhir program ditutup dengan penyediaan ruang konsultasi berkala via grup komunikasi digital pasca-pelatihan untuk memastikan keberlanjutan program.



Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan Abdimas

3. HASIL

Pelaksanaan Program Penguatan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia Berbasis Komunitas (P2MI-BK) yang difasilitasi oleh Lakpesdam PBNU di Desa Ampelsari, Kecamatan Kebumen, telah selesai diimplementasikan secara terstruktur. Kegiatan ini diikuti oleh 25 orang peserta purna PMI dan sebagian dari kader Demimas dengan status sebagai pelaku usaha mikro pemula atau warga yang sedang merintis usaha mandiri di daerah asal mereka. Kehadiran tim pengabdi dalam program ini difokuskan sebagai fasilitator dan narasumber yang mengawal jalannya transfer keterampilan taktis.

Seluruh tahapan intervensi yang direncanakan dapat direalisasikan 100% tanpa kendala operasional yang berarti. Pada fase awal (Sesi I), peserta menerima paparan teoretis mengenai fondasi strategi pemasaran digital, paradigma keberadaan digital (digital presence),

serta kerangka penentuan target usaha menggunakan metode SMART goals. Memasuki fase praktik (Sesi II), seluruh peserta dibimbing langsung untuk melakukan operasionalisasi aplikasi Canva dan prompt AI menggunakan gawai (*smartphone*) masing-masing. Pada sesi ini, fokus luaran diarahkan pada pemanfaatan fitur kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) seperti Magic Write untuk aspek copywriting iklan dan Magic Design untuk layouting visual otomatis.

Sebagai indikator performa utama, bagian akhir kegiatan ditutup dengan uji kompetensi kualitatif melalui sesi presentasi mandiri. Sebanyak 25 peserta purna PMI berhasil mendemonstrasikan dan memaparkan produk akhir berupa draf media promosi digital yang siap pakai di hadapan fasilitator dan rekan sejawat. Selama proses presentasi tersebut, fasilitator memberikan koreksi langsung secara saksama.

Diskusi

Keberhasilan pemenuhan target luaran pada kegiatan abdimas ini sangat dipengaruhi oleh ketepatan strategi pendekatan andragogi yang diterapkan oleh fasilitator. Menyadari latar belakang peserta sebagai purna PMI dengan tingkat literasi teknologi yang beragam, fasilitator meminimalisasi penggunaan jargon siber yang rumit dan menggantinya dengan analogi kontekstual pedesaan. Sebagai contoh, konsep digital presence pada Sesi I dianalogikan seperti menyewa lapang strategis di tengah pasar tradisional yang ramai dilewati calon pembeli. Cara penyampaian yang humanis ini berhasil meruntuhkan kecemasan teknologi (*technological anxiety*) yang dirasakan peserta pada awal sesi, sehingga merubah atmosfer kelas menjadi ruang diskusi kelompok yang aktif dan penuh rasa percaya diri.



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh narasumber

Aspek krusial yang menjadi pembeda utama dalam pelatihan ini adalah pengintegrasian teknologi Generative AI ke dalam alur produksi konten kreatif peserta. Keterbatasan modal dan waktu untuk memikirkan ide tulisan promosi (copywriting) yang selama ini menjadi keluhan utama 25 purna PMI di Desa Ampelsari berhasil dipangkas secara

masif menggunakan fitur Magic Write dan Magic Design pada Canva maupun AI. Dengan hanya memasukkan perintah teks (*prompting*) sederhana mengenai deskripsi produk lokal mereka, asisten AI mampu menyajikan draf kalimat iklan persuasif dan templat gambar visual dalam hitungan detik. Efisiensi waktu produksi konten hingga 50% ini memberikan keleluasaan psikologis bagi pelaku usaha mikro untuk tetap fokus menjaga kualitas produk fisik mereka tanpa mengorbankan kualitas komunikasi visual di pasar siber.

Evaluasi interaktif melalui presentasi mandiri dan koreksi langsung dari fasilitator juga memberikan dampak edukasi yang signifikan. Proses ini memicu terjadinya pergeseran paradigma berpikir peserta, dari yang awalnya menganggap desain promosi hanyalah sekadar "menempel gambar", menjadi paham akan pentingnya estetika branding dan kenyamanan visual konsumen. Peserta yang memiliki produk olahan makanan tradisional, misalnya, pasca-koreksi langsung mampu menyusun hierarki teks yang rapi sehingga informasi harga serta kontak tidak tertutup oleh objek gambar.



Gambar 3. Foto bersama peserta purna PMI

Secara umum tingkat pemahaman awal peserta purna PMI di Desa Ampelsari terhadap digital marketing sudah cukup baik dengan rata-rata nilai pre-test sebesar 80,06. Setelah diberikan intervensi pelatihan dan praktik langsung mengoptimalkan Canva dan prompt AI, terjadi peningkatan kapasitas pengetahuan yang ditunjukkan dengan naiknya rata-rata nilai post-test menjadi 9,56

Lebih dari sekadar peningkatan keterampilan individu, ruang evaluasi ini pada akhirnya berhasil menumbuhkan ekosistem saling dukung (*peer-support system*) di antara sesama purna PMI Desa Ampelsari. Adanya komitmen pendampingan berkelanjutan lewat grup komunikasi digital menjadi langkah pengunci yang strategis agar motivasi kewirausahaan para mitra tidak menurun. Dengan kombinasi literasi digital berbasis AI dan ruang konsultasi yang konsisten, usaha mikro purna PMI memiliki keunggulan kompetitif yang kuat untuk tumbuh menjadi pilar kemandirian ekonomi keluarga yang tangguh di tanah air.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan Program Penguatan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia Berbasis Komunitas (P2MI-BK) melalui pelatihan optimasi pemasaran digital berbasis Canva dan Artificial Intelligence (AI) bagi 25 peserta purna PMI di Desa Ampelsari, Kecamatan Kebumen, telah berhasil dilaksanakan dengan capaian target 100%. Integrasi pendekatan andragogi dan pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan terbukti efektif meruntuhkan hambatan kecemasan teknologi (*technological anxiety*) serta memangkas waktu produksi konten promosi hingga 50% bagi pelaku usaha mikro pemula.

Melalui dua sesi intensif yang diakhiri dengan evaluasi interaktif berupa presentasi mandiri dan koreksi langsung oleh fasilitator, terjadi pergeseran paradigma yang signifikan dari para peserta. Sebanyak 25 purna PMI kini mampu secara mandiri membuat design dan konten marketing berbasis AI, menyusun hierarki visual yang profesional, serta mengelola konsistensi identitas merek (*branding*) pada produk lokal mereka.

Sebagai langkah keberlanjutan, pembentukan grup komunikasi digital pasca-pelatihan berfungsi sebagai instrumen pengunci komitmen jangka panjang. Pendampingan berjalan ini memastikan para peserta mendapatkan ulasan teknis secara berkala dari fasilitator. Dengan penguatan literasi siber dan penguasaan alat desain berbasis AI ini, komunitas usaha mikro purna PMI di Desa Ampelsari kini memiliki keunggulan kompetitif yang kokoh untuk menopang stabilitas dan kemandirian ekonomi keluarga secara berkelanjutan di tanah air

ACKNOWLEDGEMENTS

Tim pengabdi menyampaikan rasa terima kasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Kajian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (Lakpesdam PBNU) dan GIZ atas kepercayaan dan fasilitasi yang diberikan dalam menyukseskan Program Penguatan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia Berbasis Komunitas (P2MI-BK) ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Pemerintah Desa Ampelsari, Kecamatan Kebumen, atas segala dukungan izin tempat, dan koordinasi yang baik selama persiapan hingga pelaksanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR REFERENSI

Anita, Shauri, L. S., Permadi, W., As'Syahid, J., Nurvitasari, T., Anjani, Q., Sansabila, R., Pangestuti, R. W., Anjelina, R., Putra, M. Y. P., & Ardianto, T. (2023). Optimalisasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Produk Anyaman Bambu Di Desa Gelora Kecamatan Sikur Kabupaten Lombok Timur. *Prosiding Seminar Nasional Gelar Wicara Universitas Mataram*, 500–504.

Aryadi, A., Istia, P. T., Kusuma, A., Buku, A., Gunadi, H., Lorens, D., Rantererung, C. L., & Iskandar, A. A. (2024). *Ekonomi Digital Dan Transformasi Bisnis Di Indonesia*. TOHAR MEDIA.

Aswatini, D. K. K. (2020). *Migrasi sebagai investasi untuk peningkatan daya saing pekerja migran Indonesia di pasar kerja global*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Hariani, S., Setiyawati, H., Herliansyah, Y., Oktris, L., & Rahmad, K. Bin. (2026). Pemberdayaan Berbasis Komunitas bagi Pekerja Migran Indonesia di Penang. *Smart Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 33–41.

Iwan Armawan, S. E., Satria, R., Keb, A. M., SE, M. M., Yulianti Keke, S. E., Komalasari, E., Sos, S., & Muhammad Rachmat, S. E. (2025). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. PT Bukuloka Literasi Bangsa.

Joko Fitra, D. R. (2019). STRATEGI PEMBERDAYAAN KEWIRAUSAHAAN MANTAN BURUH MIGRAN PEREMPUAN DI KABUPATEN KEBUMEN. *Http://Journal.Stieputrabangsa.Ac.Id/Index.Php/Fokbis/Article/View/305*, *18*(01). https://doi.org/https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v18i1.305

Kirkpatrick, J. D., & Kirkpatrick, W. K. (2016). *Kirkpatrick's Four Levels of Training Evaluation*. Association for Talent Development. https://books.google.co.id/books?id=mo--DAAAQBAJ

Knowles, M. S. (1980). *The Modern Practice of Adult Education: From Pedagogy to Andragogy*. Association Press. https://books.google.co.id/books?id=PUu3MOpUMvIC

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

Nova Utama, P., Histori, O., & Fitmawati, F. (2025). *Analisis Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Melalui Penggunaan Social Commerce di Kecamatan Curup*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP.

Pattiasina, R. Y., Judijanto, L., Syarifah, S., Sentosa, E., Yutika, F., Mahendra, G. S., Puspitasari, K. A., Lestari, N., Saraswathi, I. A. A., & Amalia, D. (2025). *Digital Marketing:: Teori, Konsep dan Implementasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Rachmatsyah, T. H., Soemartono, T., Djatmika, G. H., & Sukmana, P. (2026). Penerapan Pendekatan ABCD (Asset Based Community Driven) dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, *9*(1), 184–192.

Rizkhie, V. E. (2024). *Pemberdayaan Purna Pekerja Migran Indonesia (PMI) ditinjau dari Kajian Perilaku Konsumtif dan Produktif di Kabupaten Blitar*.

Sahertian, R. N. (2026). *LKP: Pembuatan Konten Visual untuk Pemasaran Digital pada UKM di Dinas Koperasi Jawa Timur*. Universitas Dinamika.

Sumardi Efendi, S. H. I., Ramli, M. A., Benni Erick, S. H. I., Dar Kasih, M. S., Fitria Akmal, S., Jamiati, K. N., MI, K., & Yuli Santri Isma, S. (2025). *Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Pena Cendekia Pustaka.