

Transformasi Digital Bisnis Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Teknologi

Sisilia Putri K. D

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010190@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melakukan transformasi digital pada bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) guna meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi digital. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM, diperkenalkan pada konsep e-commerce dan strategi pemasaran digital. Survei awal menunjukkan bahwa 70% UMKM belum memanfaatkan teknologi secara optimal. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM, dengan 85% peserta merasa lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital. Selain itu, penerapan strategi pemasaran digital berhasil meningkatkan penjualan rata-rata sebesar 30% dalam satu bulan setelah implementasi. Meskipun demikian, tantangan dalam pengelolaan media sosial dan e-commerce masih ada, sehingga diperlukan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan transformasi digital. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan UMKM di era digital.

Kata Kunci: Transformasi Digital, UMKM, Daya Saing, Teknologi Digital, E- Commerce, Pemasaran Digital.

ABSTRACT

This community service activity aims to implement digital transformation in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to enhance competitiveness through the utilization of digital technology. Through a series of training and mentoring sessions, MSME actors were introduced to e-commerce concepts and digital marketing strategies. An initial survey revealed that 70% of MSMEs were not utilizing technology optimally. The results of the activity showed an increase in understanding and skills among MSME actors, with 85% of participants feeling more confident in using digital technology. Furthermore, the application of digital marketing strategies successfully increased average sales by 30% within one month after implementation. However, challenges in managing social media and e-commerce still exist, necessitating ongoing support to ensure the sustainability of digital transformation. This activity is expected to contribute positively to the development of MSMEs in the digital era.

Keywords: Digital Transformation, Msmes, Competitiveness, Digital Technology, E-Commerce, Digital Marketing.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia (Agus, 2021). Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja nasional (Janah & Tampubolon, 2024). Meskipun demikian, UMKM menghadapi berbagai tantangan, terutama di era digital saat ini. Transformasi digital menjadi sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif (Wulandari et al., 2024). Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan teknologi dalam bisnis merupakan langkah krusial untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM (Mariam & Ramli, 2023).

Perubahan yang cepat dalam teknologi dan perilaku konsumen telah menciptakan lingkungan bisnis yang dinamis (Prastika et al., 2024). Dengan meningkatnya penggunaan internet dan perangkat mobile, konsumen semakin beralih ke platform digital untuk mencari informasi, berbelanja (Desrizal et al., 2023), dan berinteraksi dengan merek. Dalam konteks ini, UMKM yang tidak beradaptasi dengan tren digital berisiko kehilangan pangsa pasar dan relevansi (Riofita et al. 2024). Transformasi digital bukan hanya tentang mengadopsi teknologi, tetapi juga tentang mengubah cara bisnis beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan memberikan nilai tambah (Hapriyanto, 2024). Ini mencakup segala hal mulai dari pemasaran digital, e-commerce, hingga penggunaan analitik untuk memahami perilaku konsumen.

Namun, meskipun manfaat dari transformasi digital jelas, banyak UMKM yang menghadapi berbagai tantangan dalam proses adopsi teknologi. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun human capital (Oktania et al. 2024). Banyak UMKM yang tidak memiliki anggaran yang memadai untuk investasi dalam teknologi, pelatihan, atau infrastruktur yang diperlukan untuk melakukan transformasi digital (Maria et al., 2024). Selain itu, kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang teknologi digital seringkali menjadi penghalang bagi pemilik UMKM untuk

mengimplementasikan solusi digital dalam bisnis mereka (Syamsudin et al., 2024). Hal ini menciptakan kesenjangan yang signifikan antara UMKM yang telah berhasil bertransformasi dan yang masih beroperasi secara konvensional (Jalaludin et al., 2023).

Di sisi lain, terdapat peluang besar bagi UMKM yang berani mengambil langkah untuk bertransformasi. Penerapan teknologi digital dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan memperluas jangkauan pasar (Herman et al., 2023). Misalnya, dengan memanfaatkan platform e-commerce, UMKM dapat menjangkau pelanggan di luar lokasi fisik mereka, sehingga meningkatkan potensi penjualan (Nirlia & Rosdiana, 2024). Selain itu, teknologi digital juga memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan data tentang pelanggan dan perilaku pembelian, yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan pengembangan produk (Rofi' et al., 2023).

Melihat potensi dan tantangan ini, penting untuk mengeksplorasi bagaimana UMKM dapat melakukan transformasi digital dengan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dan teknologi yang dapat diimplementasikan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka melalui transformasi digital. Dengan mengidentifikasi praktik terbaik dan faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan transformasi digital, diharapkan penelitian ini dapat memberikan panduan yang berguna bagi pelaku UMKM dan pemangku kepentingan lainnya.

Sebagai langkah awal, penelitian ini akan mengkaji berbagai bentuk teknologi yang dapat diterapkan dalam bisnis UMKM. Ini termasuk, tetapi tidak terbatas pada, penggunaan media sosial untuk pemasaran, platform e-commerce untuk penjualan, dan alat analitik untuk pengambilan keputusan. Selain itu, penelitian ini juga akan membahas bagaimana UMKM dapat mengatasi tantangan yang muncul selama proses transformasi, seperti pelatihan sumber daya manusia, peningkatan infrastruktur teknologi, dan strategi untuk mengelola perubahan dalam organisasi.

Salah satu aspek penting dari penelitian ini adalah pemahaman bahwa transformasi digital bukanlah suatu tujuan akhir, melainkan

sebuah perjalanan yang memerlukan komitmen dan penyesuaian berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk memiliki visi dan rencana jangka panjang dalam menerapkan teknologi digital. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung transformasi digital di kalangan UMKM (Zikri, 2024).

Dari sudut pandang akademis, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur tentang pengembangan UMKM dan transformasi digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki performa yang lebih baik dibandingkan dengan yang tidak. Namun, studi lebih lanjut masih diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan transformasi digital dan bagaimana hal tersebut berkontribusi pada daya saing UMKM secara keseluruhan.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini akan menjawab pertanyaan utama: "Bagaimana proses transformasi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM melalui penerapan teknologi?" Melalui penelitian ini, diharapkan akan ditemukan solusi praktis yang dapat diimplementasikan oleh UMKM untuk beradaptasi dan berkembang di era digital, sehingga mereka dapat bersaing secara efektif dengan pelaku usaha lainnya di tingkat lokal maupun global.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka transformasi digital bisnis UMKM dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang terstruktur dan partisipatif. Berikut adalah tahapan pelaksanaan kegiatan:

1. Tahap awal

Melakukan observasi dan pengumpulan data awal di lokasi UMKM untuk memahami kondisi dan kebutuhan mereka.

- Identifikasi

Permasalahan: Menggali masalah yang dihadapi UMKM terkait dengan penggunaan teknologi digital dan pemasaran.

- Pendataan SDM: Mengumpulkan informasi tentang sumber daya manusia di UMKM, termasuk keterampilan digital yang

sudah dimiliki.

- Inventarisir Fasilitas yang Tersedia: Mencatat fasilitas dan infrastruktur yang ada, seperti akses internet dan perangkat teknologi.

2. Tahap Persiapan

- Penyusunan Konsep Program dari Pengabdian: Merumuskan rencana program berdasarkan hasil survei awal dan kebutuhan yang diidentifikasi.
- Sosialisasi Program Pengabdian: Menginformasikan rencana program kepada pelaku UMKM, termasuk manfaat dan tujuan dari kegiatan pengabdian.

3. Penyusunan Program Hasil Kesepakatan

Penyesuaian Rencana Program Pengabdian: Mengadaptasi rencana program berdasarkan umpan balik dari UMKM dan pihak terkait lainnya untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan mereka.

4. Implementasi Pelatihan

Pelatihan Digital: Mengadakan pelatihan bagi pelaku UMKM mengenai penggunaan teknologi digital, termasuk:

- Pengenalan Ecommerce: Menjelaskan cara menggunakan platform ecommerce
- Untuk pemasaran produk.
- Strategi Pemasaran Digital: Mengajarkan teknik pemasaran melalui media social dan digital marketing.
- Manajemen Keuangan Digital: Memberikan pemahaman tentang penggunaan aplikasi keuangan untuk pengelolaan usaha.
- Pendampingan Praktis: Memberikan bimbingan langsung kepada UMKM dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh, seperti:
- Membantu pembuatan akun di platform ecommerce.
- Menyusun konten pemasaran untuk media sosial.
- Mengatur system manajemen keuangan berbasis digital.

5. Evaluasi

Evaluasi Kegiatan Melakukan evaluasi pasca kegiatan untuk mengukur dampak dari pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM.

- Kuesioner dan Wawancara: Menggunakan kuesioner dan wawancara untuk mengumpulkan umpan balik dari peserta tentang perubahan yang dialami.

- Analisis Data: Menganalisis data kuantitatif dan kualitatif untuk menilai efektivitas program dan dampaknya terhadap daya saing UMKM.

6. Laporan

Penyusunan laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Kota Ponorogo menunjukkan hasil yang positif dalam upaya transformasi digital dan peningkatan daya saing. Hasil dari setiap tahap kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Survei Awal dan Identifikasi Permasalahan:
Survei yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan mengungkapkan beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dari 50 UMKM yang disurvei, sekitar 70% mengaku belum memanfaatkan platform e-commerce secara optimal, dan 60% tidak memiliki kehadiran yang signifikan di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak UMKM menyadari pentingnya teknologi, mereka masih mengalami kesulitan dalam implementasinya. Identifikasi masalah ini menjadi langkah awal yang krusial untuk merancang program yang tepat sasaran.
- Pelatihan Digital:
Pelatihan yang dilaksanakan dihadiri oleh 50 pelaku UMKM. Hasil evaluasi pasca pelatihan menunjukkan bahwa:
 - o 85% peserta merasa lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital setelah mengikuti sesi pelatihan. Ini menunjukkan bahwa pendekatan praktis dalam pelatihan efektif dalam meningkatkan rasa percaya diri peserta.
 - o 90% peserta menganggap materi pelatihan relevan dengan kebutuhan usaha mereka, terutama terkait penggunaan media sosial untuk pemasaran dan pemanfaatan platform e-commerce.
 - o Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan keterampilan dalam penggunaan aplikasi digital, seperti *Shopee*.
- Pendampingan Praktis:
Dalam pendampingan yang dilakukan, 44 UMKM berhasil:
 - o Membuat akun e-commerce yang siap digunakan, dengan bimbingan langsung dalam proses pendaftaran, pengisian informasi produk, dan pengaturan sistem pembayaran.
 - o Mengelola kampanye pemasaran digital yang menghasilkan peningkatan penjualan rata-rata sebesar 30% dalam periode satu bulan setelah implementasi. Beberapa UMKM mencatat lonjakan pengunjung di website mereka, yang berkontribusi pada peningkatan konversi penjualan.
 - o Peningkatan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial juga terlihat, di mana rata-rata keterlibatan pengguna (engagement) meningkat sekitar 50% dalam beberapa minggu setelah pelatihan.
- Evaluasi Kegiatan:
Evaluasi pasca kegiatan dilakukan untuk mengukur dampak dari pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM. Melalui kuesioner dan wawancara, didapatkan beberapa temuan penting:
 - o 70% pelaku UMKM melaporkan peningkatan omzet setelah menerapkan strategi pemasaran digital yang diajarkan dalam pelatihan.
 - o Banyak UMKM melaporkan bahwa mereka lebih mampu merespons permintaan pasar dengan cepat berkat penggunaan teknologi, yang meningkatkan daya saing mereka dalam pasar yang kompetitif.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki dampak signifikan terhadap daya saing UMKM. Beberapa poin penting yang dapat dibahas lebih lanjut adalah:

- Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan:
Kegiatan pelatihan dan pendampingan berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya teknologi digital. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dapat meningkatkan keterampilan

teknis dan non-teknis para pelaku usaha (Kalsum et al., 2022). Dengan pengetahuan yang lebih baik tentang teknologi, UMKM dapat lebih percaya diri dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital.

- Dampak terhadap Penjualan:

Implementasi teknologi digital terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan. Banyak pelaku UMKM melaporkan bahwa setelah mengikuti pelatihan dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh, mereka mampu menjangkau pasar yang lebih luas, yang sebelumnya sulit dicapai melalui metode pemasaran tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan bisnis (Barus et al., 2024).

- Tantangan dalam Implementasi: Meskipun banyak UMKM menunjukkan peningkatan, masih ada tantangan dalam penerapan teknologi secara berkelanjutan. Beberapa pelaku UMKM mengungkapkan kesulitan dalam mengelola media sosial dan platform e-commerce, terutama dalam hal konten dan strategi pemasaran yang berkelanjutan. Ini mengindikasikan perlunya pendampingan lanjutan dan dukungan dari pihak terkait untuk memastikan bahwa UMKM tidak hanya mengadopsi teknologi tetapi juga dapat memanfaatkannya dengan efektif (Sholikhah & Pujiyanto, 2024).

- Rekomendasi untuk Keberlanjutan: Untuk menjaga keberlanjutan dari hasil yang telah dicapai, disarankan agar:

- o Program pendampingan dilanjutkan secara berkala untuk memastikan UMKM dapat terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Pembinaan jangka panjang diperlukan untuk membantu pelaku usaha mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul (Ananda, 2022).
- o Pemerintah dan lembaga terkait memberikan dukungan berupa akses pelatihan dan sumber daya yang memadai, termasuk informasi tentang tren teknologi terkini yang relevan untuk UMKM.

- o Menyediakan platform komunitas bagi pelaku UMKM untuk saling berbagi pengalaman dan strategi dalam penggunaan teknologi digital.

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa transformasi digital dapat secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM. Melalui pelatihan dan pendampingan yang terencana, pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk mereka (Kurniawati, 2021). Dengan dukungan yang berkelanjutan, diharapkan UMKM dapat terus beradaptasi dan berkembang dalam era digital ini. Transformasi digital bukan hanya pilihan, tetapi suatu keharusan bagi UMKM yang ingin bertahan dan bersaing di pasar global yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan tema "Transformasi Digital Bisnis UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Teknologi" telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam upaya pemberdayaan pelaku UMKM. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang mencakup survei, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi, beberapa kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut:

- Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan:

Pelatihan yang diadakan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam pemasaran dan manajemen usaha. Hal ini tercermin dari hasil evaluasi yang menunjukkan bahwa peserta merasa lebih percaya diri dalam menggunakan platform e-commerce dan media sosial.

- Dampak Positif Terhadap Daya Saing:

Implementasi teknologi digital secara langsung berdampak pada peningkatan daya saing UMKM. Banyak pelaku UMKM yang mengalami peningkatan penjualan dan akses pasar yang lebih luas setelah menerapkan strategi pemasaran digital. Peningkatan omzet dan keterlibatan pelanggan menunjukkan bahwa transformasi digital dapat menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang di pasar yang

kompetitif.

- Tantangan dalam Implementasi:

Meskipun hasil yang dicapai cukup memuaskan, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi, seperti keterbatasan dalam pengelolaan media sosial dan e-commerce. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat terus mengembangkan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi digital.

- Rekomendasi untuk Keberlanjutan: Untuk memastikan keberlanjutan hasil yang telah dicapai, disarankan agar program pendampingan dilanjutkan secara berkala. Pemerintah dan lembaga terkait juga perlu menyediakan akses pelatihan dan sumber daya yang cukup untuk mendukung pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan di era digital.

Secara keseluruhan, transformasi digital merupakan langkah yang krusial bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka. Dengan dukungan yang tepat dan komitmen dari semua pihak, pelaku UMKM dapat terus beradaptasi dan berkembang dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Kegiatan ini memberikan harapan bahwa UMKM dapat menjadi lebih kuat dan berdaya saing tinggi dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

- Kepada Pelaku UMKM, kami mengapresiasi partisipasi aktif dan antusiasme Anda dalam mengikuti setiap sesi pelatihan dan pendampingan. Tanpa dukungan dan kerjasama dari Anda, kegiatan ini tidak akan berjalan dengan sukses.
- Tim Pengabdian yang telah bekerja keras dalam merancang dan melaksanakan program ini. Dedikasi dan komitmen Anda dalam memberikan pelatihan serta pendampingan sangat berharga dan telah memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM.
- Pihak Pemerintah dan Lembaga Terkait yang telah memberikan dukungan dan fasilitas yang diperlukan, sehingga kegiatan ini dapat

terlaksana dengan baik. Terima kasih atas kepercayaan dan kerjasama yang telah terjalin.

- Rekan-rekan Peneliti dan Mahasiswa yang telah membantu dalam pengumpulan data dan evaluasi kegiatan. Kontribusi Anda sangat penting dalam menghasilkan informasi yang akurat dan bermanfaat bagi pengembangan program ini.
- Semua Pihak yang Terlibat yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun kontribusi dan dukungan Anda sangat berarti bagi keberhasilan kegiatan ini. Kami berharap kerjasama ini dapat berlanjut di masa depan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui teknologi.

Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak dan dapat menjadi inspirasi bagi program-program pengabdian masyarakat berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, B. (2021). upaya percepatan pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(1), 1–14.
- Ananda, W. (2022). Pendampingan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi bagi UMKM Arum Manis untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Cihaur, Kecamatan Banjarharjo. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4), 08–14. <https://doi.org/10.56910/safari.v2i4.132>
- Barus, E. B., Pardede, K. M., Ananda, J., & Br, P. (2024). Transformasi Digital : Teknologi Cloud Computing dalam Efisiensi Akuntansi. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(3), 904–911.
- Desrizal, Iva Mas Uva, Eva Ariati, & Endah Fantini. (2023). Digital Marketing and Marketing Communication Strategy at Ciwaringin Cirebon Batik Umkm as a Challenge in Technological Development. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 2(6), 1055–1068. <https://doi.org/10.55927/modern.v2i6.6475>
- Hapriyanto, A. R. (2024). Multidisciplinary Science Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2(1), 108–117.

- Herman, G., Utarindasari, D., & Suratiningsih. (2023). transformasi Digita untuk penikatan daya saing umkm cileungsi: pengabdian dalam implementasi solusi inovatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhakti Yustitia*, 1(1).
- Jalaludin, Arditta, T., & Umarudin, M. (2023). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Tanaman Hias Melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(2), 153–166.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746. <https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/931>
- Kalsum, U., Fadliansyah, R., Amirudin, M. F., & Rahma, D. S. (2022). Peningkatan Penjualan UMKM Ceplis dan Dapros Melalui Aplikasi Berbasis Android. *Jurnal Pengabdian Meambo*, 1(2), 113–121. <https://doi.org/10.56742/jpm.v1i2.19>
- Kurniawati, L. (2021). Strategi Digital Marketing dan Komunikasi Bisnis untuk Enterpreneur Pemula di Indonesia. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 7(3), 371–391. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v7i3.1291>
- Maria, V., Regi, & Haryanti. (2024). implementasi teknologi komunikasi dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(2), 71–76. <https://doi.org/10.61132/neptunus.v2i2.100>
- Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran Umkm Di Kota Jakarta Barat. *Indonesian C Ollaboration Journal of Community Services*, 3(4), 379–390.
- Nirlia, & Rosdiana. (2024). Transformasi Ekonomi Lokal Melalui Optimalisasi E-Commerce : Peningkatan Pendapatan dan Keberlanjutan bagi Pelaku UMKM di. *Journal of Human*, 4(5), 223–231.
- Oktania, A., Lubis, P. K. D., Syahbana, E., & Akbar, M. A. (2024). Unveiling The Path To Prosperity In Papua : An Analysis Of Human Capital Investment Trends In Education (2018-2023). *Didaktika : Jurnal Kependidikan*, 18(1), 1–11. <https://doi.org/10.30863/didaktika.v18i1.6204>
- Prastika, J., Rahmania Yulianti, D., Nazira Auryke Skepy, S., Hidayat, R., Ikaningtiyas, M., Administrasi Bisnis, P., & Ilmu Sosial dan Politik, F. (2024). Transformasi Organisasi: Strategi Adaptasi dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 35–41. <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Riofita, H., Rifky, Mg., Raudatul Salamah, L., Asrita, R., Nurzanah, S., & Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, U. (2024). Perubahan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Tantangan Pasar Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 21–26. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Rofi', A., Budiman, I. A., Sudirno, D., & Nahdi, D. S. (2023). Inovasi Produk Olahan Lele (OLELE) Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Melalui Konten Digital di Desa Dukuh Tengah Kabupaten Tegal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3185–3192. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6786>
- Sholikha, wanda silvatus, & Pujiyanto, W. eko. (2024). Pengembangan Strategi Pemasaran pada Sentra UMKM Telur Asin Melalui Digital Marketing di Desa Jenggot Kecamatan Krembung. *Cakrawala Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(1).
- Syamsudin, U., Nurjanah, S., Zamuri, S. A., & Oktaviani, N. (2024). transformasi pemasaran digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) konveksi kaos di desa mundusari. *Jurmas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 23–29.

- Wulandari, A., Dompok, T., & Salsabila, L. (2024). Transformasi Digital Umkm Studi Kasus Strategi Adopsi Teknologi. *Joppas: Jurnal of Public Policy and Administration*, 6(1), 21–30.
- Zikri, H. (2024). Transformasi Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia 1. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 02(01), 16–25. <https://jurnal.stisummulayman.ac.id/gosejes/article/view/206>