

Meningkatkan Keterampilan Digitalisasi Usaha serta Jangkauan Pasar di SWK Urip Sumoharjo Melalui Program Pendampingan UMKM

Andramaya Kusuma Ningtyas & R. Yuniardi Rusdianto
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia
21042010080@student.upnjatim.ac.id, rusdianto.adbis@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian melalui program pendampingan UMKM merupakan salah satu upaya strategis untuk meningkatkan keterampilan digitalisasi usaha dan memperluas jangkauan pasar bagi para pelaku usaha di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Urip Sumoharjo, Surabaya. Pengabdian melalui pendampingan UMKM ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan terkait penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan bisnis, pemasaran, dan transaksi keuangan. Melalui pendampingan ini, para pelaku UMKM diperkenalkan pada berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, serta aplikasi pendukung bisnis lainnya. Selain itu, pendampingan ini juga berfokus pada pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik lokal maupun global. Pengumpulan data pada pengabdian ini menggunakan observasi dan mewawancarai para pedagang untuk mengidentifikasi masalah dan kondisi usaha pedagang di SWK Urip Sumoharjo, serta menggunakan studi literatur agar mendukung data yang diperoleh. Hasil dari pengabdian melalui program pendampingan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan para pedagang dalam menggunakan teknologi digital. Para pedagang berhasil mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang lebih tepat sasaran, sehingga meningkatkan volume penjualan dan memperluas basis pelanggan. Program ini diharapkan dapat berkelanjutan dan menjadi model dalam pengembangan UMKM di daerah lain, guna mendukung pertumbuhan ekonomi lokal serta meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Kata Kunci: Digitalisasi Usaha; Jangkauan Pasar; SWK; Pendampingan UMKM.

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the business units that Service through the MSME mentoring program is one of the strategic efforts to improve business digitalization skills and expand market reach for business actors at the Urip Sumoharjo Culinary Tourism Center (SWK), Surabaya. This service through mentoring MSMEs aims to provide education and training related to the use of digital technology in business management, marketing and financial transactions. Through this assistance, MSME players are introduced to various digital platforms such as social media, marketplaces, and other business supporting applications. Apart from that, this assistance also focuses on developing more effective marketing strategies to reach wider markets, both local and global. Data collection in this service uses observation and interviewing traders to identify problems and business conditions of traders at SWK Urip Sumoharjo, as well as using literature studies to support the data obtained. The results of service through this mentoring program show a significant increase in traders' understanding and ability to use digital technology. Merchants succeeded in implementing more targeted digital marketing strategies, thereby increasing sales volumes and expanding customer bases. It is hoped that this program will be sustainable and become a model for developing MSMEs in other regions, in order to support local economic growth and increase the competitiveness of MSMEs in the digital era.

Keywords: Business Digitalization; Market Reach; SWK; MSME Assistance.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama di tingkat lokal. Keberadaan UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Di Surabaya, Sentra Wisata Kuliner (SWK) Urip Sumoharjo merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi berbasis UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Untuk meningkatkan digitalisasi usaha dan jangkauan pasar UMKM diperlukan kolaborasi antara Pemerintah Kota Surabaya, akademisi dan pelaku usaha. Namun, seperti banyak UMKM di Indonesia, pelaku usaha di SWK Urip Sumoharjo menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka, terutama dalam aspek digitalisasi dan jangkauan pasar.

Digitalisasi usaha menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Transformasi ini memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, mengoptimalkan operasional bisnis, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Sayangnya, banyak pelaku UMKM di SWK Urip Sumoharjo yang belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dalam usaha mereka. Kurangnya keterampilan dalam penggunaan teknologi digital, seperti pemasaran online, e-commerce, dan manajemen keuangan digital, menjadi salah satu hambatan utama.

Sejalan dengan itu, jangkauan pasar menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. (Tambunan, 2019). Dalam banyak kasus, UMKM memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas di luar wilayah lokal mereka, baik karena keterbatasan pengetahuan pemasaran, keterbatasan jaringan, maupun kurangnya strategi digital yang efektif. Tanpa akses pasar yang lebih luas, potensi pertumbuhan UMKM menjadi terhambat.

Pendampingan UMKM adalah salah satu bentuk intervensi yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas dan produktivitas UMKM. Pendampingan membantu UMKM mengatasi berbagai tantangan, seperti keterbatasan dalam pengelolaan bisnis, modal, akses teknologi, dan pemasaran. Program pendampingan yang efektif dapat memberikan dukungan teknis, pengetahuan manajerial, serta akses ke jaringan pasar yang lebih luas (Tambunan, 2019). Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan merencanakan Program "Peningkatan Kualitas Menuju UMKM Naik Kelas" yang berfokus untuk melakukan program pendampingan UMKM. program pendampingan UMKM dirancang agar memberikan solusi nyata terhadap tantangan-tantangan tersebut. Melalui program ini, pelaku UMKM di SWK Urip Sumoharjo akan mendapatkan pendampingan dalam meningkatkan keterampilan digitalisasi usaha serta perluasan jangkauan pasar.

Pendampingan UMKM ini berupa memberikan pendampingan untuk para pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo Surabaya yang dilakukan secara offline atau langsung terjun ke lapangan dengan mengunjungi tiap stand pedagang SWK Urip Sumoharjo yang mencakup pendampingan strategi pemasaran digital, penggunaan platform e-commerce, penggunaan teknologi digital, serta pengelolaan keuangan digital. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan UMKM di SWK Urip Sumoharjo mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan bisnis, dan beradaptasi dengan dinamika pasar yang semakin digital.

Pengabdian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari program pendampingan terhadap peningkatan keterampilan digital dan jangkauan pasar bagi pelaku UMKM di SWK Urip Sumoharjo. Hasil dari program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan UMKM, serta menjadi model yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik UMKM yang serupa.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian melalui pendampingan UMKM di SWK Urip Sumoharjo dilakukan dengan melakukan pelatihan dan praktek secara langsung yang diberikan kepada para peserta magang untuk pedagang SWK Urip Sumoharjo, Berikut beberapa tahapan pelaksanaan yang dilakukan saat melakukan pengabdian:

Tabel 1. Tahap Pelaksanaan Pengabdian

No.	Tahapan	Kegiatan
01.	Tahap Koordinasi	Pada tahap ini peserta magang pendampingan UMKM berkoordinasi unruk mengetahui lebih jauh mengenai tugas-tugas yang akan dilakukan selama magang pengabdian ini berlangsung bersama petugas Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Kota Surabaya yang bertugas di SWK Urip Sumoharjo
02.	Tahap Persiapan	Pada tahap ini peserta magang melakukan persiapan dengan melakukan survei dan identifikasi masalah dengan melakukan wawancara untuk pendataan pedagang serta melakukan analisis usaha pedagang agar mengetahui apa saja kekuatan, peluang, kelemahan dari usaha yang pedagang jalankan.
03	Tahap Pelaksanaan Pendampingan UMKM	Pada tahap ini peserta magang melakukan pendampingan untuk meningkatkan keterampilan pedagang dalam digitalisasi Usaha dan perluasan jangkauan pasar.
04.	Tahap Evaluasi Kegiatan	Pada tahap ini peserta magang melakukan evaluasi hasil pendampingan yang sudah dilakukan untuk mengukur perubahan yang terjadi pada UMKM sebelum dan sesudah pendampingan UMKM dilaksanakan.

Sumber: Data Diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

SWK (Sentra Wisata Kuliner) Urip Sumoharjo adalah sebuah pusat kuliner yang terletak di Jalan Urip Sumoharjo, Surabaya. SWK ini merupakan destinasi wisata kuliner populer di kota tersebut. Pengunjung dapat menikmati berbagai macam makanan khas lokal. Selain itu, SWK ini juga sering dijadikan tempat berkumpul bagi komunitas lokal dan keluarga untuk bersantap bersama, terutama pada malam hari.

Sebagai bagian dari program pemerintah kota Surabaya untuk mendukung pelaku usaha kecil dan menengah, SWK Urip Sumoharjo menawarkan beragam pilihan makanan dari berbagai pedagang kaki lima, mulai dari hidangan tradisional hingga makanan modern. Lokasi yang strategis serta suasana yang ramai membuat SWK Urip Sumoharjo menjadi daya tarik bagi para wisatawan.

Keberadaan UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Jangkauan pasar yang baik dapat mendorong pertumbuhan serta keberlanjutan UMKM. Dengan jangkauan pasar yang lebih luas juga memungkinkan bisnis menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Semakin banyak konsumen yang dapat dijangkau, semakin besar kemungkinan untuk meningkatkan volume penjualan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan.

Meskipun memiliki peran yang cukup penting, UMKM memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas di luar wilayah lokal, baik karena keterbatasan pengetahuan pemasaran, keterbatasan jaringan, maupun kurangnya strategi digital yang efektif. Tanpa jangkauan pasar yang lebih luas, potensi pertumbuhan UMKM menjadi terhambat. Banyak pelaku UMKM khususnya di SWK Urip Sumoharjo yang belum memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dalam usaha mereka.

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Kota Surabaya telah mengimplementasikan pendekatan inovatif dalam memberikan dukungan kepada pelaku UMKM. Dukungan ini mencakup program-program pendampingan yang dirancang khusus sesuai dengan kebutuhan para pelaku usaha, termasuk di Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo. Peserta magang melalui pendamping UMKM ini bertujuan agar para pedagang di SWK Urip Sumoharjo dapat meningkatkan jangkauan pasar dan juga keterampilan digitalisasi dalam menjalankan usahanya. Pengabdian dalam bentuk pendampingan UMKM ini berjalan selama 4 bulan dan

mendampingi sejumlah 20 pelaku usaha di SWK Urip Sumoharjo. Berikut hasil dari pengabdian yang dilakukan oleh peserta magang melalui pendampingan UMKM bagi para pelaku usaha di SWK Urip Sumoharjo:

Hasil dari tahap koordinasi yang dilakukan oleh peserta magang yaitu peserta magang mengetahui permasalahan umum yang dihadapi oleh pedagang SWK Urip Sumoharjo serta hal-hal yang akan dilaksanakan selama pendampingan dilakukan melalui diskusi dengan petugas Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya.



Gambar 1. Koordinasi bersama petugas DINKOPUMDAG Kota Surabaya

Hasil dari tahap persiapan yang dilakukan oleh peserta magang yaitu survei dan identifikasi masalah dimana banyak pedagang SWK Urip Sumoharjo yang belum memiliki keterampilan digitalisasi usaha seperti pemasaran digital, pengelolaan keuangan digital, menggunakan aplikasi digital, serta minimnya jangkauan pasar para pedagang SWK Urip Sumoharjo sehingga peserta magang pengabdian ini membuat solusi untuk masalah di atas dengan melakukan pendampingan dengan edukasi dan pelatihan digitalisasi bisnis serta memperluas jangkauan pasar untuk pedagang SWK Urip Sumoharjo.



Gambar 1. Survei dan Identifikasi Masalah Pedagang SWK Urip Sumoharjo

Hasil dari tahap pelaksanaan pendampingan UMKM ini yaitu peserta magang pengabdian melakukan pelatihan pembuatan pengelolaan keuangan digital melalui excel dimana hal ini merupakan salah satu proses digitalisasi usaha yang membantu pelaku usaha memahami arus kas, pengeluaran, pemasukan serta merencanakan keputusan finansial yang lebih baik.



Gambar 2. Pelatihan pengelolaan Keuangan Digital

Pelatihan kedua yaitu pelatihan pengoperasian aplikasi canva untuk pembuatan logo usaha yang menjadi salah satu pelatihan untuk meningkatkan keterampilan digitalisasi usaha para pedagang di SWK Urip Sumoharjo serta membantu menciptakan identitas merek yang jelas dan membedakan bisnis dari pesaing.



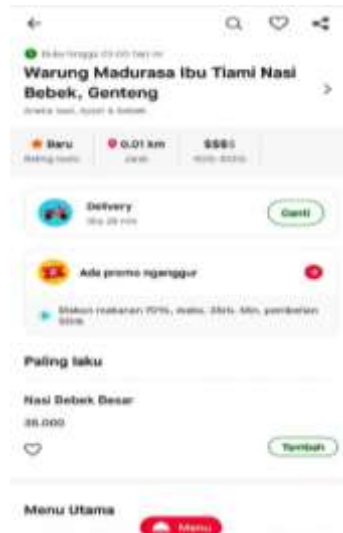
Gambar 3. Pelatihan penggunaan aplikasi canva

pelatihan ketiga yaitu pembuatan akun media sosial khusus pemasaran tiap stand yang terdapat pada SWK Urip Sumoharjo untuk memperkenalkan produk mereka ke audiens yang lebih luas yang memungkinkan untuk para pedagang di SWK Urip Sumoharjo menjangkau pelanggan potensial yang tidak hanya datang ke SWK tetapi juga yang mengikuti atau menemukan mereka secara online.



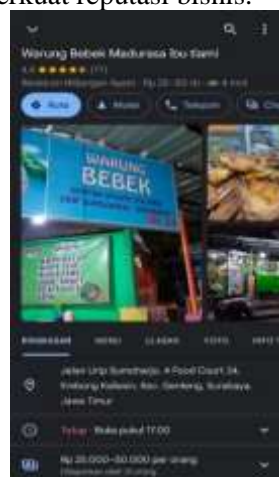
Gambar 4. Pelatihan Pembuatan akun media sosial tiap stand

Pelatihan keepat yaitu pendaftaran usaha di e-commerce untuk E-commerce memungkinkan usaha menjangkau akses pasar lebih luas di berbagai lokasi geografis, baik di tingkat lokal, nasional, hingga internasional. Tidak ada lagi batasan lokasi, sehingga bisnis dapat memasarkan produknya ke lebih banyak konsumen, termasuk di luar kota. Selain itu, usaha para pedagang di SWK Urip Sumoharjo dapat membangun kredibilitas dan kepercayaan konsumen dengan ulasan dan rating dari pelanggan sebagai bukti sosial yang bisa meningkatkan reputasi bisnis.



Gambar 5. Pendaftaran E-Commerce

Pelatihan keepat yaitu pendaftaran lokasi usaha melalui Google Maps yang membantu usaha pedagang di SWK Urip Sumoharjo lebih mudah ditemukan oleh pelanggan potensial yang mencari makanan serupa di sekitar lokasi sehingga dapat meningkatkan peluang menarik lebih banyak pelanggan, terutama mereka yang menggunakan Google untuk mencari tempat terdekat. Dengan Google Maps memungkinkan pelanggan memberikan ulasan dan rating untuk usaha para pedagang di SWK Urip Sumoharjo untuk mendapatkan umpan balik yang berharga dari konsumen, serta menanggapi keluhan atau pujian secara langsung dimana Ulasan positif dapat menarik pelanggan baru dan memperkuat reputasi bisnis.



Gambar 6. Pendaftaran Lokasi Usaha

Hasil dari tahap evaluasi dari program pendampingan UMKM untuk meningkatkan keterampilan digitalisasi usaha dan jangkauan pasar yang diterapkan di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Urip Sumoharjo cukup berhasil, dapat dilihat dari banyak pedagang yang sudah dapat

menggunakan teknologi digital seperti aplikasi keuangan atau platform e-commerce, peningkatan keterampilan digital ini juga memberikan dampak pada perluasan pasar dilihat dari peningkatan penjualan pada usaha yang pedagang jalankan. Meskipun sebelumnya usaha pedagang di SWK Urip Sumoharjo kurang optimal, dengan program pendampingan UMKM ini, usaha mereka kini menunjukkan perkembangan yang positif. Para pedagang di SWK ini kini memiliki peluang lebih baik dalam menjalankan bisnis mereka berkat pengetahuan dan wawasan baru terkait teknologi serta media sosial dalam memasarkan produk dengan lebih efisien. Dengan memahami serta menerapkan ilmu yang didapat selama pendampingan, para pedagang di SWK Urip Sumoharjo dapat meraih keuntungan lebih besar dalam menjalankan usaha mereka ke depannya.

Tabel 2. Perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian pendampingan UMKM

No	Before	Intervensi	After
01	Masih rendahnya pengetahuan pedagang mengenai pembukuan keuangan secara digital	Melakukan pelatihan pembuatan keuangan digital	Terjadi perubahan yaitu setelah pendampingan banyak pedagang yang menerapkan pembukuan keuangan secara digital agar lebih efisien dan dapat meningkatkan keterampilan digitalisasi para pedagang.
02	Masih rendahnya pengetahuan pedagang mengenai cara penggunaan aplikasi digital canva	Melakukan Pelatihan penggunaan aplikasi digital canva	Terjadi perubahan yaitu setelah pendampingan banyak pedagang yang dapat menjalankan aplikasi digital canva untuk membuat logo usaha agar membedakan usaha pedagang dengan pesaing serta meningkatkan keterampilan digitalisasi para pedagang.
03	Masih banyak pedagang yang belum mendaftarkan usahanya di aplikasi E-Commerce dan juga media sosial	Melakukan pelatihan pembuatan akun E-commerce dan media sosial untuk pemasaran usaha pedagang	Terjadi perubahan yaitu setelah pendampingan banyak pedagang yang sudah mendaftarkan usahanya ke E-commerce dan media sosial yang berdampak pada meningkatnya keterampilan digitalisasi para pedagang serta dengan mendaftarkan usaha diaplikasi E-commerce dapat memperluas jangkauan pasar yang dapat meningkatkn volume penjualan.
04	Masih banyak usaha pedagang yang belum mendaftarkan lokasi di Google Maps	Melakukan pelatihan tata cara pendaftaran lokasi usaha di Gmaps	Terjadi perubahan yaitu setelah pendampingan banyak pedagang yang sudah bisa mendaftarka lokasi usahanya ke Gmaps yang berdampak pada meningkatnya keterampilan digitalisasi para pedagang serta dengan mendaftarkan usaha di Gmaps dapat memperluas jangkauan pasar yang dapat meningkatkn volume penjualan.

Sumber : Data Diolah

KESIMPULAN

Pengabdian dengan melakukan pendampingan UMKM oleh peserta magang MSIB Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Kota Surabaya telah memberi beberapa dampak positif untuk pelaku usaha di SWK Urip Sumoharjo. Pengabdian melalui pendampingan UMKM dalam aspek digitalisasi usaha serta perluasan jangkauan pasar ini memberikan peluang untuk para pedagang agar dapat tumbuh serta bersaing di pasar lebih luas, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan hidup yang lebih baik.

Dengan adanya program pendampingan UMKM yang diberikan, diharapkan pelaku usaha di SWK Urip Sumoharjo dapat menerapkan ilmu yang sudah diperoleh agar dapat mengembangkan kemampuan berwirausaha mereka. Selain itu, program pendampingan UMKM ini berpotensi memperkuat perekonomian lokal dan Memperbaiki kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh. Diharapkan keberlangsungan pendampingan serta kolaborasi dengan berbagai pihak ini mampu membangun usaha agar lebih baik serta berkelanjutan, tidak hanya bagi UMKM di Kota Surabaya tetapi juga di seluruh Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengungkapkan rasa terima kasih kepada setiap pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusinya dalam penyelesaian jurnal pengabdian ini. Terima kasih kepada bapak R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si. atas bimbingan, masukan, dan arahnya selama proses penulisan. Penulis juga mengungkapkan rasa terima kasih kepada mitra pengabdian Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya serta seluruh pelaku usaha dan pengurus SWK Urip Sumoharjo yang telah memberikan kesempatan serta fasilitas yang mendukung penelitian ini.

Tak lupa juga, penulis berterima kasih kepada rekan-rekan yang telah memberi dukungan moral dan bantuan teknis selama penyusunan jurnal ini. Semoga kontribusi kecil ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang Administa bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Aisyah. 2023. Peran Pendamping Pada Pentingnya Strategi Pemasaran UMKM Nasabah BTPN Syariah. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*. Vol.2, No.3, Hal: 86-92. <https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i3.694>
- Andramaya Kusuma Ningtyas, & Siti Ning Farida. (2024). Peranan Fasilitator Pendamping Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Skill Nasabah Btpn Syariah Kec. Wiyung Dalam Berwirausaha. *Jurnal Akuntan Publik*, 2(1), 148–155. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v2i1.2481>
- Baihaqi, B. (2023). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Serta Pengaruhnya Terhadap Krisis Ekonomi. *HEI EMA : Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 88–100. <https://doi.org/10.61393/heiema.v2i2.184>
- Bambang, S.W., & Diaz, H. (2020). Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing terhadap keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millenial. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 86. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6077>
- Djamaludin, D., Aviasti, A., & Rukmana, O. (2016). Peningkatan Kemampuan Usaha Kecil Menengah Di Wilayah Bandung Raya Dalam Pemanfaatan Internet Sebagai Sarana Pemasaran Dan Perluasan Jangkauan Pasar. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 5, 125. <https://doi.org/10.29313/ethos.v0i0.1682>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659. <https://doi.org/10.31764/jces.v3i3.2799>
- Isabilillah, A. J., & Nirawati, L. (2023). Pemaanfaatan Fasilitator BTPN Untuk Meningkatkan Pendapatan Nasabah Dalam Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(4), 58-68. <https://doi.org/https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i4.740>

- Iwan, M.R., Abdurrahman, F., Isah, A., Susilawati., & Iwan, S. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 137–142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i1.4974>
- Latisia, S. (2019). STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA KEDIRI. *Jurnal Mediasosian : Jurnal Ilmu Sosial Dan Administrasi Negara*, 1(2). <https://doi.org/10.30737/mediasosian.v1i2.202>
- Maq, M. M. (2022). Program Pendampingan Kewirausahaan Kecil Menengah pada Usaha Makanan Ringan di Desa Leuwimunding. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(6), 493–498. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i6.1295>
- Mohamad, T.F., & Debby, A. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ovitia Rerolia Fitria Pratama, & Nurjanti Takarini. (2023). Pemberdayaan Perempuan Nasabah BTPN Syariah Terhadap Perkembangan UMKM Melalui Pendampingan Usaha. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(3), 72–81. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i3.1343>
- Prasetyo, D.S., Fahimatul, U., & Mustaqim. (2020). Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Era E-commerce & Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Balerang*, 2(February), 0–5. <https://doi.org/10.33884/jpb.v2i01.1625>
- Putri, S. (2021). Peran Pembiayaan Syariah Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia The Role Of Sharia Financing In The Development Of Umkm In Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 1-11. <https://doi.org/10.59755/alhisab.v1i2.67>
- Rolly, M.A., Dani, L.S., Tamadara, H., Muchamad, I, K., & Muhammad, W. A. . (2020). Pelatihan Google Bisnisku Dalam Rangka Pemetaan Digital UKM di Desa Wangunharja. 1(2), 47–49. <https://doi.org/10.36618/merpati.v1i2.887>
- Rutman, L.T., Posma, S.J.K., Emma, T., & Suzanna, J. L. T. (2020). Pengenalan Pemasaran Menggunakan Internet Kepada Jamaah Masjid Cawang. *Jurnal IKRAITH ABDIMAS*, 3(1). <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/497>
- Salsabilla., dkk. (2023). Pendampingan Nasabah BTPN Syariah Melalui Program Sahabat Daya Dengan Memperkenalkan Aplikasi Tepat Daya Pada MMS Tilatang Kamang. *Jurnal Universitas Padjajaran*, 6(2), 500-507. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.47461>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117 - 127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Susanto Yoki. (2022). Sosialisasi Pembukuan Keuangan Menggunakan Aplikasi Buku Warung bagi Pelaku Usaha Warung Sembako di Desa Cisu Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA: Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat*, 3(1), (69-75). <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i1.4844>
- Yudho Anggoro, B., & Pertiwi, T. K. . (2023). Peran Pendamping untuk Memperluas Akses Pasar Nasabah BTPN Syariah yang Berprofesi sebagai Pelaku UMKM. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 197–201. https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/327