

Transformasi Digital Sebagai Pilar Pengembangan UMKM Desa: Strategi Integratif di Desa Kalipecabean untuk Daya Saing Berkelanjutan

Manuel Vivien Ricardo Tampubolon & Lia Nirawati

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

21042010085@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung transformasi digital bagi 15 UMKM di Desa Kalipecabean guna meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha mereka. Inisiatif digital yang diterapkan dalam program ini meliputi pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, penggunaan platform e-commerce Shopee Food, penerapan sistem pembayaran QRIS melalui aplikasi GoPay Merchant, pembentukan komunitas pasar online berbasis WhatsApp, serta pembuatan website UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha. Transformasi digital ini dirancang untuk memperluas jangkauan pasar UMKM, memudahkan interaksi dengan konsumen, serta mempercepat proses transaksi dan promosi produk secara online. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa digitalisasi membawa dampak positif yang signifikan bagi peningkatan akses pasar dan adopsi teknologi oleh UMKM. Penggunaan Google Maps dan Shopee Food, misalnya, membantu UMKM meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan konsumen mereka, sementara penerapan QRIS memfasilitasi transaksi yang lebih cepat dan efisien. Selain itu, digitalisasi ini memungkinkan UMKM untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, karena mereka dapat menawarkan akses yang lebih mudah dan layanan yang lebih responsif kepada konsumen. Namun, rendahnya literasi digital di kalangan beberapa pelaku UMKM masih menjadi tantangan yang perlu diatasi melalui pendampingan dan pelatihan lebih lanjut, agar teknologi digital dapat digunakan secara optimal. Dengan demikian, program ini diharapkan mampu berkontribusi terhadap pengembangan UMKM lokal dalam jangka panjang melalui pemanfaatan teknologi digital yang efektif dan terarah.

Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital, Keunggulan Kompetitif

ABSTRACT

This community service program aimed to support the digital transformation of 15 MSMEs in Kalipecabean Village to enhance their competitiveness, operational efficiency, and business sustainability. The digital initiatives implemented in this program included registering business locations on Google Maps, utilizing the Shopee Food e-commerce platform, implementing QRIS payment systems via the GoPay Merchant app, establishing a WhatsApp-based online market community, and creating an MSME website to improve business visibility and accessibility. This digital transformation was designed to expand MSME market reach, facilitate consumer interactions, and streamline transaction processes and product promotion online. The program's results indicated that digitalization significantly impacted market access and increased technology adoption by the MSMEs. For example, the use of Google Maps and Shopee Food helped MSMEs enhance visibility and broaden their consumer reach, while the implementation of QRIS facilitated faster and more efficient transactions. Furthermore, the digital transformation enabled MSMEs to build sustainable competitive advantages, as they could offer easier access and more responsive services to consumers. However, the low level of digital literacy among some MSME operators remains a challenge that requires ongoing mentoring and training to ensure the optimal use of digital technology. In conclusion, this program is expected to contribute to the long-term development of local MSMEs by effectively utilizing targeted digital technology.

Keywords: MSMEs, Digital Transformation, Competitive Advantage.



Hal: 1236-1244

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB dan mampu menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia, yang menjadikannya sebagai fondasi utama ekonomi nasional (Murtiningsih, 2024). Namun, meskipun berperan besar, banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing mereka, terutama di era digital (Rahmawati et al., 2024). Salah satu tantangan utama adalah minimnya adopsi teknologi digital, yang diperlukan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan memperkuat interaksi dengan konsumen (Prasetyo et al., 2024).

Dalam wilayah Desa Kalipecabean, UMKM memainkan peranan penting dalam menjaga keberlanjutan ekonomi lokal. Namun, sebagian besar UMKM di desa ini masih menjalankan bisnis mereka secara konvensional, tanpa pemanfaatan teknologi digital yang memadai. Hal ini menyebabkan mereka tertinggal dalam hal daya saing di pasar yang semakin mengglobal dan terintegrasi secara digital (Mauli & Murtiningsih, 2024). Ketidakmampuan untuk memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, dan alat pembayaran digital seperti QRIS menghambat pertumbuhan usaha dan pembukaan akses pasar yang lebih luas (Prasetyo et al., 2024).

Transformasi digital UMKM menjadi sangat penting untuk membantu pelaku usaha desa mengatasi tantangan tersebut. Berbagai inisiatif telah dilakukan dalam program pengabdian ini, seperti pendaftaran UMKM ke platform Shopee Food, pembuatan sistem

pembayaran berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, serta pembentukan komunitas pasar online berbasis WhatsApp. Program ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif, di mana UMKM dapat memasarkan produk mereka secara lebih luas melalui kanal digital, baik di tingkat lokal maupun nasional (Hanim et al., 2022; Rahmawati et al., 2024). Kolaborasi dengan Karang Taruna setempat juga dilakukan dalam membangun website yang berisi daftar UMKM beserta informasi produk dan lokasi, guna mempermudah akses konsumen terhadap produk-produk lokal (Kirana, 2022).

Adopsi teknologi digital dalam UMKM terbukti mampu memberikan dampak positif yang signifikan, terutama dalam meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi daya saing. Sejumlah studi menunjukkan bahwa transformasi digital yang mencakup pemasaran melalui media sosial, integrasi dengan platform e-commerce, serta penerapan pembayaran digital mampu meningkatkan keuntungan dan memperluas pasar UMKM (Hajawiyah et al., 2022; Asiyah & Rachmadi, 2022). Selain itu, program digitalisasi ini juga meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, yang sangat diperlukan untuk memanfaatkan teknologi dengan lebih optimal dan efisien (Rachmadi, 2022).

Program ini tidak hanya memberikan manfaat dalam bentuk peningkatan akses pasar, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM untuk berinovasi dalam produk dan layanan mereka. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM di Desa Kalipecabean diharapkan dapat memperkuat daya saing mereka, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan keberlanjutan ekonomi yang lebih baik (Rahmawati et al., 2024). Sejalan dengan

penelitian-penelitian terdahulu, transformasi digital UMKM dapat menjadi katalis penting bagi peningkatan kinerja ekonomi lokal, serta mempercepat pemulihan ekonomi nasional di masa pasca pandemi (Prasetyo et al., 2024; Hajawiyah et al., 2022).

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu UMKM di Desa Kalipecahean dalam melakukan transformasi digital guna meningkatkan daya saing mereka. Metode yang digunakan dalam program ini adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan sekitar 15 UMKM Desa Kalipecahean, di mana pelaku UMKM secara aktif terlibat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari sosialisasi, pelatihan, hingga implementasi teknologi digital dalam kegiatan usaha mereka.

Prosedur:

- a. Survei dan Pendataan: Mengidentifikasi jenis usaha, tantangan, dan kebutuhan dari 15 UMKM.
- b. Sosialisasi dan Pelatihan: Memberikan pelatihan terkait penggunaan e-commerce, QRIS, dan strategi pemasaran digital.
- c. Implementasi Teknologi: Penerapan teknologi melalui pendaftaran di platform digital, penggunaan QRIS, serta pembentukan komunitas online untuk pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan membantu 15 UMKM di Desa Kalipecahean dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka. Transformasi digital ini mencakup beberapa tahapan utama, seperti survei dan sosialisasi, pendaftaran lokasi di Google Maps, pendaftaran ke platform e-commerce Shopee Food, implementasi sistem

pembayaran QRIS melalui aplikasi GoPay Merchant, pembuatan website katalog online UMKM yang kolektif, hingga pembentukan komunitas pasar online berbasis WhatsApp. Hasil yang diperoleh menunjukkan dampak positif terhadap kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan peningkatan akses pasar.

Survei dan Sosialisasi

Tahap awal program ini adalah melakukan survei terhadap UMKM untuk mengidentifikasi kondisi mereka terkait penggunaan teknologi digital. Survei ini mencakup informasi terkait metode pemasaran, transaksi, serta keterlibatan UMKM dengan platform digital. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Desa Kalipecahean belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Sebagian besar pelaku usaha masih bergantung pada metode tradisional dalam operasional bisnis mereka, termasuk dalam pemasaran dan transaksi.

Sebagai tindak lanjut dari survei, diadakan sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman UMKM tentang pentingnya digitalisasi. Materi sosialisasi mencakup berbagai topik, seperti pemasaran melalui media sosial, penggunaan e-commerce, dan manfaat sistem pembayaran digital seperti QRIS. Melalui sosialisasi ini, para pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya transformasi digital untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan jangkauan pasar. Sosialisasi yang dilakukan secara interaktif ini membantu UMKM memahami peluang yang dapat mereka capai melalui teknologi digital (Prasetyo et al., 2024). Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Hanim et al. (2022), yang menyebutkan bahwa

pelatihan dan sosialisasi terkait digitalisasi mampu meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang potensi teknologi dalam menunjang bisnis mereka.



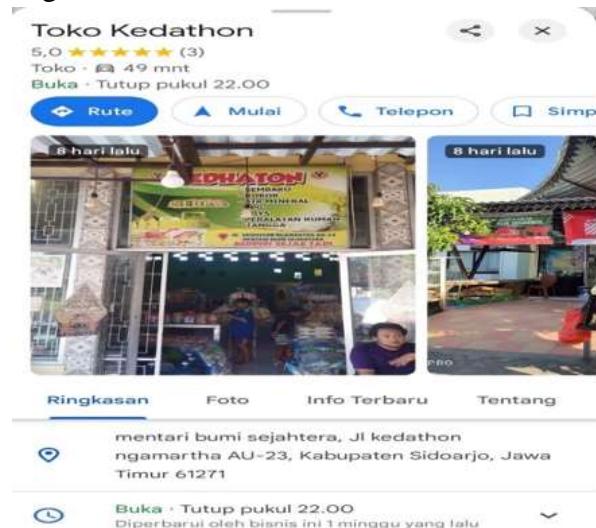
Gambar 1. Survei dan Sosialisasi di UMKM “Catering Bu Mansur”

Pendaftaran Lokasi di Google Maps

Peningkatan visibilitas melalui pendaftaran lokasi usaha di Google Maps adalah salah satu langkah kunci dalam transformasi digital UMKM. Dengan bantuan tim pengabdian, semua UMKM yang terlibat berhasil mendaftarkan lokasi mereka di Google Maps. Tidak hanya lokasi, tetapi juga dicantumkan foto toko, foto sebagian produk, serta nomor telepon atau WhatsApp yang dapat dihubungi langsung oleh konsumen. Ini memberikan keuntungan signifikan bagi UMKM, karena pelanggan potensial dapat menemukan lokasi mereka dengan lebih mudah dan mendapatkan gambaran visual tentang toko dan produk yang dijual.

Hasil dari pendaftaran ini terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas UMKM secara online. Pelanggan yang mencari produk atau layanan di Google dapat menemukan UMKM secara lebih cepat, yang berpotensi meningkatkan kunjungan dan penjualan. Pendaftaran di Google Maps juga memungkinkan UMKM untuk terhubung lebih baik dengan konsumen,

sebagaimana disimpulkan oleh Rachmadi (2022), yang menyatakan bahwa kehadiran di platform seperti Google Maps dapat meningkatkan kredibilitas dan aksesibilitas bagi usaha kecil.



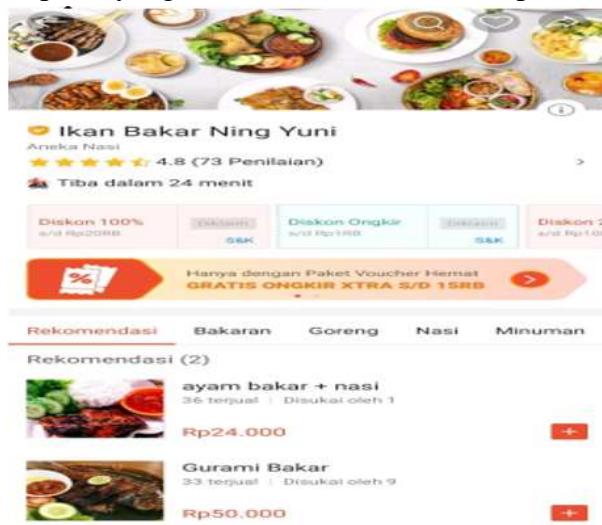
Gambar 2. Pendaftaran Lokasi UMKM “Toko Kedathon” di Google Maps

Pendaftaran ke Platform E-Commerce Shopee Food

Bagi para UMKM yang bergerak di sektor makanan dan minuman, program ini memfasilitasi pendaftaran usaha mereka ke platform Shopee Food. Proses ini melibatkan pendampingan langsung dari tim pengabdian dalam membuat akun, mengunggah menu, dan mengatur sistem pesanan di Shopee Food. Hal ini memberikan UMKM akses langsung ke konsumen yang lebih luas di luar area lokal mereka, memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan yang menggunakan layanan pesan antar makanan online.

Hasil dari pendaftaran ini sangat positif, di mana beberapa UMKM yang telah terdaftar di Shopee Food mengalami peningkatan akses pasar. Penggunaan platform e-commerce seperti Shopee Food membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk

memperluas jangkauan bisnis mereka. Penelitian Rahmawati et al. (2024) juga menunjukkan bahwa e-commerce dapat memberikan peluang signifikan bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memperluas basis pelanggan. Melalui Shopee Food, UMKM di Desa Kalipecabean dapat bersaing di pasar yang lebih besar dan lebih kompetitif.



Gambar 3. Pendaftaran UMKM “Ikan Bakar Ning Yuni” di Shopee Food

Pembuatan Sistem Pembayaran QRIS dengan Aplikasi GoPay Merchant

Salah satu elemen penting dalam digitalisasi UMKM adalah implementasi sistem pembayaran yang modern dan efisien. Semua UMKM yang terlibat dalam program ini telah menggunakan sistem pembayaran QRIS melalui aplikasi GoPay Merchant. Sistem QRIS memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran secara non-tunai melalui berbagai aplikasi pembayaran digital yang terintegrasi dengan QRIS, termasuk GoPay. Penggunaan aplikasi GoPay Merchant memudahkan UMKM dalam mengelola transaksi secara digital, mencatat penjualan, dan mempermudah pelaporan keuangan.

Penggunaan QRIS memberikan dampak

yang nyata bagi UMKM, terutama dalam hal efisiensi transaksi dan kenyamanan konsumen. Dengan QRIS, UMKM dapat menerima pembayaran dari berbagai platform tanpa perlu memproses setiap aplikasi secara manual. Penelitian Prasetyo et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan QRIS secara signifikan meningkatkan efisiensi dan akurasi transaksi di UMKM. Selain itu, pelanggan juga merasa lebih nyaman dengan kemudahan pembayaran digital yang ditawarkan oleh UMKM di Desa Kalipecabean.



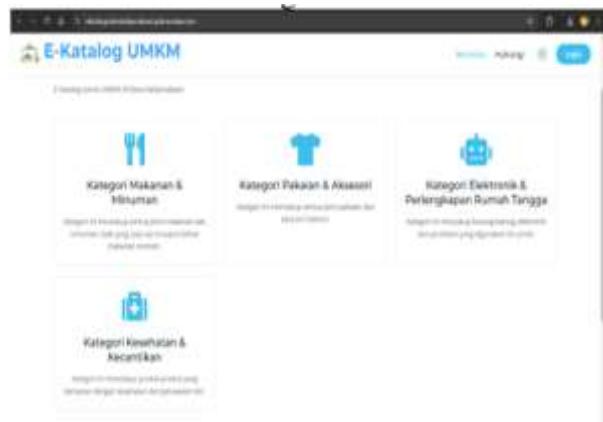
Gambar 4. Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) UMKM “Pandawa Laundry”

Pembuatan Website Katalog Digital UMKM Desa Kalipecabean

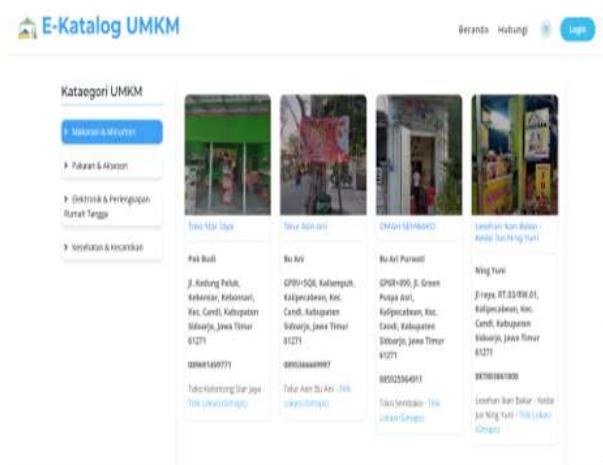
Salah satu hasil utama dari program ini adalah pembuatan website UMKM Desa Kalipecabean, yang berfungsi sebagai katalog digital untuk menampilkan informasi tentang setiap UMKM di desa tersebut. Website ini mencakup data seperti nama usaha, kategori produk, lokasi, dan kontak langsung yang dapat diakses oleh konsumen. Pembuatan website ini tidak hanya membantu UMKM meningkatkan visibilitas mereka secara online, tetapi juga memfasilitasi konsumen dalam menemukan produk yang mereka cari secara

lebih mudah.

Keberadaan website ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap eksistensi digital UMKM secara kolektif. Dengan adanya katalog digital ini, UMKM memiliki platform yang lebih terstruktur untuk menampilkan produk mereka, yang pada gilirannya dapat membantu meningkatkan aksesibilitas dan memperluas jangkauan pasar mereka. Pembuatan website ini sejalan dengan temuan Mauli & Murtiningsih (2024), yang menekankan pentingnya kehadiran digital bagi UMKM untuk bersaing di era industri 4.0.



Gambar 5. Landing Page Website Katalog Online UMKM Desa Kalipecabean

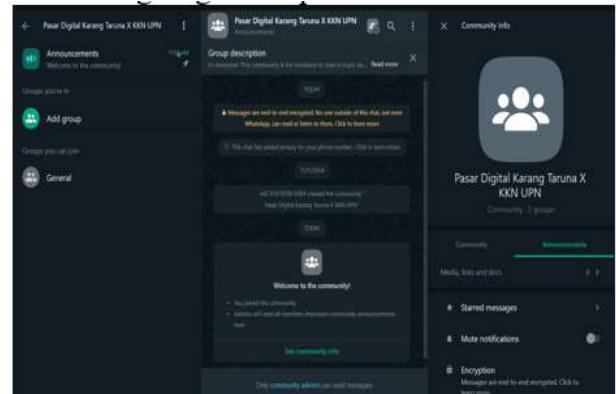


Gambar 6. Bagian Isi Kategori Website Katalog Online UMKM Desa Kalipecabean

Pembuatan Komunitas Pasar Online Berbasis WhatsApp

Sebagai bagian dari strategi digitalisasi, program ini juga membentuk komunitas pasar online berbasis WhatsApp, yang digunakan sebagai sarana komunikasi dan transaksi antara pelaku UMKM dan konsumen di Desa Kalipecabean. Komunitas ini memungkinkan UMKM mempromosikan produk mereka secara langsung kepada konsumen lokal, menjaga interaksi yang lebih personal, dan memudahkan proses transaksi.

Komunitas ini terbukti sangat efektif dalam memperkuat jaringan pemasaran lokal, di mana UMKM dapat memperkenalkan produk baru, memberikan penawaran khusus, dan menerima pesanan melalui platform WhatsApp. Penelitian Hanim et al. (2022) menyatakan bahwa interaksi langsung melalui platform digital seperti WhatsApp dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas terhadap produk yang dipasarkan. WhatsApp menyediakan sarana yang mudah dan praktis bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka secara langsung dan cepat.



Gambar 7. Pembuatan Komunitas Pasar Online Desa Kalipecabean berbasis WhatsApp.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil mendukung transformasi digital bagi 15 UMKM di Desa Kalipecabean, melalui berbagai inisiatif strategis seperti pendaftaran lokasi di Google Maps, penggunaan platform e-commerce Shopee Food, implementasi sistem pembayaran QRIS melalui aplikasi GoPay Merchant, pembentukan komunitas pasar online berbasis WhatsApp, serta pembuatan website UMKM. Transformasi digital ini tidak hanya meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM, tetapi juga memberikan efisiensi operasional yang lebih baik, memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen secara signifikan. Adopsi teknologi ini memungkinkan UMKM mengurangi ketergantungan pada metode tradisional dan bersaing lebih efektif di pasar digital. Dengan kehadiran digital yang lebih kuat, UMKM di Desa Kalipecabean dapat membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Teknologi digital memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen, mempercepat transaksi, dan mempermudah promosi produk, sehingga UMKM dapat lebih tanggap terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Namun, agar transformasi ini benar-benar optimal, diperlukan pendampingan lanjutan, khususnya untuk meningkatkan literasi digital UMKM yang masih kurang familiar dengan teknologi. Dengan pengembangan kemampuan ini, transformasi digital akan menjadi pondasi bagi keunggulan kompetitif UMKM dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era globalisasi.

UCAPAN TERIMAKASIH

UPenulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas

Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur atas dukungan dan kesempatan yang diberikan dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh perangkat desa dan masyarakat Desa Kalipecabean, Karang Taruna Desa Kalipecabean serta seluruh UMKM Desa Kalipecabean yang menjadi mitra pengabdian, yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kerjasama yang luar biasa selama proses transformasi digital ini. Dukungan dari semua pihak sangat berperan dalam keberhasilan program ini, yang diharapkan dapat membawa manfaat jangka panjang bagi pengembangan ekonomi lokal dan daya saing UMKM di Desa Kalipecabean.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, K., Yunus, M., & Alfin, R. (2023). Rebranding dan digitalisasi marketing UMKM "Dua Nada" menjadi raja minuman botanikal di negeri sendiri. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 315-324. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.38457>
- Asiyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi pemasaran melalui sosial media marketing pada pelaku UMKM guna peningkatan pendapatan. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442-448. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Febby, N. U., Yossinomita, M. G. P., & Angraini, D. (2023). Pelatihan aplikasi platform digital e-commerce sebagai media pemasaran digital pada UMKM UP2K Kelurahan Paalmerah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA (JPMU)*, 2(2), 98-109. <https://doi.org/10.33998/jpmu.2023.2.2.885>

- Febriani, D., Faizin, M., & Enjelita, C. S. (2024). Sosialisasi digital marketing dalam upaya mengoptimalkan nilai jual produk UMKM Desa Kalisat. *EKONOMI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 62-70. <https://doi.org/10.2774-6755>
- Hadinugroho, B., & Firdaus, B. R. (2023). Pemberdayaan UMKM digital tingkat desa: Pengabdian KKN melalui pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Gaum, Tasikmadu, Karanganyar. *Jumek: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1(4), 45-56. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i4.217>
- Hajawiyah, A., Hidayat, B., & Widyastuti, A. (2022). Peningkatan digitalisasi UMKM Desa Sumber pasca pandemi Covid-19. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(2), 154-162. <https://doi.org/10.2716-4861>
- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan UMKM Segarhalal. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74-81. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.35886>
- Mauli, R. T., & Murtiningsih, D. (2024). Digitalisasi UMKM dan peningkatan keberlanjutan usaha. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 1387-1400. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861>
- Masita, T. E., Sumantri, P. E., & Agustina, A. W. (2023). Pemanfaatan media daring bagi UMKM Desa Padaherang di era 4.0. *Wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 109-115. <https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v2i1.71>
- Mu'min, A. A., & Nugroho, R. H. (2023). Pengembangan dan pendampingan UMKM melalui digitalisasi usaha untuk UMKM Pawon Enak di Kelurahan Medokan Ayu. *Jati Emas: Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 79-85. <https://doi.org/10.2550-0821>
- Nurani, N., Hermina, N., & Marinda, V. S. (2024). Digital transformation strategy competencies development to create sustainable business for MSMEs in Bandung City. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA (JPMU)*, 30(2), 240-245. <https://doi.org/10.33998/jpmu.2023.2.2.885>
- Nurani, N., Sutisna, D., Hermina, N., & Yuaningsih, L. (2023). Peningkatan kompetensi technopreneur berbasis e-commerce dalam mengembangkan keunggulan daya saing pasar global pada pelaku bisnis UMKM Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA (JPMU)*, 29(4), 568-573. <https://doi.org/10.33998/jpmu.2023.2.2.50252>
- Prasetyo, E. T., Al Fizikri, B., Yunita, E., Mustafa, H. P., Nazira, N. A., Firdauzi, N. S. N., Sari, R. N., Dewi, S., Habibah, S., & Yuliani, Z. (2024). Sosialisasi UMKM tentang pentingnya digitalisasi marketing (pemasaran) pada platform digital. *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(7), 1065-1071. <https://doi.org/10.59024/ejoin.v2i7.1357>
- Pribadi, U., Aji, J. S., & Hayati, K. (2023). Penguatan ekonomi UMKM pepes ikan nila Desa Kluweh, Kabupaten Sleman menuju UMKM go-digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 415-423. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.40735>

- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha UMKM di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108-123. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Raharja, S. J., Natari, S. U., & Thirafi, L. (2021). Pelatihan strategi bisnis berbasis pengetahuan digital bagi wirausaha eksportir di Kabupaten Pangandaran. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 435-444. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.35390>
- Rahmawati, I. D., Sumarno, & Sari, D. K. (2024). Digitalisasi UMKM dan peningkatan literasi keuangan pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 33-41. <https://doi.org/10.2774-4698>
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam penggunaan digital marketing pada komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI*, 5(1), 137-142. <https://doi.org/10.2614-6711>
- Sholikah, R., Ulhaq, I. D., & Laili, N. (2023). Pemberdayaan pelaku UMKM melalui digital marketing. *Al-Ijtima: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 243-254. <https://doi.org/10.2774-6755>
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan e-commerce untuk meningkatkan daya saing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298-309. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- Widiyanti, E., Suherlan, Y., & Iman S., A. (2022). Peningkatan daya saing UMKM kacang J-Nut melalui perbaikan kemasan dan pemasaran online. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 244-250. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i2.36836>
- Zefriyenni, E., & Azka, B. P. (2022). Pengembangan UMKM berbasis digital pada UMKM Batu Gadang Kecamatan Lubuk Kilangan Padang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 558-564. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.41446>