



Research Article

Upaya Peningkatan Bisnis UMKM Melalui Pelatihan Digitalisasi di Kelurahan Pondok Kahuru Ciomas Kapupaten Serang

Teti Trisnawati^{1*}, Iin Rahmah Fadhillah², Nawawi³

¹ Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Primagraha, Indonesia

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primagraha, Indonesia

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primagraha, Indonesia

*penulis korespondensi: tetitstikipelita@gmail.com

Abstract

Article history:

Received 19

September 2024

Revised 28 Oktober
2024

Accepted 30 Oktober
2024

Keywords:

Digitalization

Training, Pondok

Kahuru Village,

UMKM Business

Development,

Community Service Activities in Pondok Kahuru Village, Ciomas District, Serang Regency are carried out through online marketing to improve UMKM businesses. Based on the results of the situation analysis, the problems faced by partners can be identified, namely the lack of knowledge and understanding of UMKM actors regarding digital marketing technology, especially online marketing which is still not optimal, and the absence of assistance for UMKM towards Digital Marketing. The purpose of this activity is to provide Online Marketing training to UMKM actors in Pondok Kahuru Village, Ciomas District, Serang Regency so that their businesses can grow. The expected benefits of this community service activity are that UMKM participants have the knowledge, understanding, skills, and abilities in utilizing digital marketing technology to manage their businesses through Online Marketing. The approach method used to achieve this goal is participatory training, an approach that emphasizes active participation from partners and assistance in achieving goals. This participatory training approach is implemented through several stages of learning in the form of training and assistance. The planned output targets include publication of PKM journals, print media, certificates, and implementation videos uploaded on Instagram.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi terus berkembang pesat berkat Revolusi Industri 5.0. Istilah ini pertama kali dipopulerkan di Jepang 2019 (Rizki et al., 2023). Konsep ini digambarkan sebagai awal mula Revolusi Industri 5.0, dengan penekanan pada integrasi teknologi canggih, seperti kecerdasan buatan (AI), robotika, dan internet of things (IoT), dengan manusia sebagai kendalanya (Maharani & Woyanti, 2023). Tujuannya adalah untuk menciptakan keseimbangan antara kebutuhan manusia dan kemajuan teknologi, memastikan bahwa teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga menumbuhkan kreativitas dan kesejahteraan manusia (Prayogi & Kirom, 2022). Kini, digitalisasi mulai merambah, yang merujuk pada penggunaan sistem digital dalam berbagai sektor menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (Indriastuti & Ferdian, 2020).

Perkembangan digitalisasi mencakup peningkatan besar dalam pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan, memungkinkan akses informasi melalui internet dengan mudah dan cepat oleh masyarakat (Guo et al., 2023). Digitalisasi adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perubahan media dari format cetak, video, atau audio ke format digital, dengan maksud untuk menyimpan dokumen dalam bentuk digital (Andaningsih et al., 2022). Digitalisasi bertujuan untuk mempermudah aktivitas sehari-hari masyarakat, termasuk pelaku UMKM (Arafah et al., 2023). UMKM dapat menjalankan usahanya dengan memanfaatkan teknologi informasi, seperti pemasaran digital (D. Septianingsih et al., 2024). Digitalisasi membawa keuntungan besar dalam meningkatkan efisiensi pekerjaan, sehingga tidak diperlukan usaha dan waktu berlebihan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Contohnya, saat perlu mesan pakaian atau makanan, tidak perlu datang ke lokasi, teknologi digital memungkinkan lahirnya inovasi seperti aplikasi pemesanan makanan dan pakaian seperti shopee, lazada, toko pedia dan lain sebagainya. Pondok Kahuru yang terletak di Desa Ciomas, Kabupaten Serang, merupakan wilayah yang memiliki potensi besar bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan pada tahun 2023, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini masih terkendala dengan kendala bisnis, khususnya terkait digitalisasi. Dari 150 UMKM yang beroperasi di Pondok Kahuru, hampir 75 persen di antaranya belum memiliki pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produknya. Lebih lanjut, sebanyak 60 persen di antaranya menyatakan belum memiliki akses atau pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana promosi dan penjualan. Kondisi seperti ini menghambat perkembangan usaha mereka, terutama di era digital yang semakin kompetitif. Kesulitan pemasaran UMKM disebabkan oleh rendahnya kualitas tenaga kerja dan pengusaha yang terbatas dalam penggunaan teknologi, sehingga produk mereka belum memiliki kualitas dan harga yang kompetitif untuk bersaing di luar wilayah desa (Suparjiman et al., 2024). Dalam digital marketing, tujuan utamanya adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen dengan cepat (D. Septianingsih et al., 2024).

Untuk mengatasi permasalahan yang dikeluhkan oleh pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Kahuru, akan dilaksanakan program pelatihan digitalisasi. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar dan pengalaman praktis dalam penggunaan teknologi digital, termasuk belanja daring, penggunaan media sosial, dan pemasaran digital. Peran digitalisasi UMKM menjadi penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi daerah (Suparjiman et al., 2024). Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan mampu memaksimalkan penggunaan teknologi digital dalam kegiatan usaha sehari-hari, meningkatkan penjualan, dan mengurangi persediaan. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM setempat. Pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM terbukti efektif berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh (Arumsari et al., 2022) menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan digitalisasi dalam proses bisnisnya mengalami peningkatan pendapatan sebesar 30% dalam satu tahun. Penelitian tambahan oleh (Triyani et al., 2022) juga menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM hingga 40%. Berdasarkan pemahaman tersebut, pelatihan yang akan diberikan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Kahuru akan didasarkan pada praktik terbaik yang telah terbukti efektif. Dengan pendekatan ini, diharapkan teknologi digital yang telah digulirkan akan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan bisnis UMKM di wilayah tersebut.

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan jumlah pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Kahuru agar dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kesadaran akan digitalisasi, memberikan pelatihan praktis penggunaan platform digital, dan meningkatkan penjualan barang bekas di marketplace. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini, karyawan UMKM dapat bekerja lebih giat dan berkontribusi terhadap perekonomian daerah. Dengan strategi pemasaran, terutama melalui media sosial dan platform e-commerce, sangat terbukti efektif dalam mencapai tujuan pemasaran (Sani et al., 2024).

METODE

1. Tempat dan Waktu

Kegiatan KKM atau pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan di Kelurahan Pondok Kahuru, Kecamatan Ciomas, Kabupaten Serang. Kelurahan ini dipilih sebagai lokasi kegiatan karena banyaknya UMKM yang memerlukan peningkatan kapasitas dalam hal digitalisasi bisnis. Waktu pelaksanaan kegiatan ini direncanakan selama tiga puluh hari atau selama satu bulan, dimulai dari tanggal 24 Juli hingga 24 Agustus 2024. Kegiatan akan berlangsung setiap akhir pekan, yang terdiri dari sesi pelatihan, pendampingan, dan evaluasi.

2. Khalayak sasaran/Mitra Kegiatan

Khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah para pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Kahuru. Sebanyak 30 UMKM akan menjadi mitra kegiatan ini, yang terdiri dari berbagai sektor usaha kuliner seperti kerupuk dapros, keripik pisang, otak-otak mercon, dan masih banyak lagi usaha cemilan lainnya. Pemilihan peserta dilakukan berdasarkan hasil survei awal yang mengidentifikasi UMKM yang memiliki potensi untuk berkembang tetapi masih terbatas dalam penggunaan teknologi digital dan kemasan. Proses seleksi juga mempertimbangkan kesediaan dan komitmen peserta untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

3. Metode Pengabdian

Kegiatan Penyuluhan dilakukan dengan menggunakan metode presentasi dan diskusi interaktif, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai pentingnya digitalisasi dalam bisnis. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan teknologi digital, manfaat digitalisasi, dan contoh kasus sukses dari UMKM yang telah berhasil memanfaatkan teknologi. Kegiatan pelatihan menggunakan metode praktik langsung (hands-on) dengan fokus pada pengembangan keterampilan digital. Materi pelatihan mencakup pembuatan dan pengelolaan media sosial untuk bisnis, pembuatan website sederhana, dan strategi pemasaran digital. Setiap peserta akan dibimbing untuk menerapkan langsung apa yang telah dipelajari pada bisnis mereka. Setelah pelatihan, peserta akan mendapatkan pendampingan intensif selama beberapa hari. Pendampingan dilakukan di kantor desa pondok kahuru dan juga melalui kunjungan langsung ke tempat usaha untuk membantu peserta mengimplementasikan strategi digital yang telah dipelajari. Pendampingan ini dilakukan dengan metode coaching, dimana setiap pelaku UMKM dibimbing secara personal. Kegiatan Demonstrasi dilakukan sebagai bagian dari kegiatan pelatihan untuk menunjukkan secara langsung bagaimana menggunakan alat atau platform digital tertentu. Contohnya adalah demonstrasi penggunaan aplikasi e-commerce dan manajemen inventaris berbasis digital. Demonstrasi ini bertujuan agar peserta memiliki gambaran nyata tentang bagaimana teknologi tersebut dapat diaplikasikan dalam bisnis mereka.

4. Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan ini akan diukur melalui beberapa indikator penting. Pertama, indikator penyuluhan akan terlihat dari kemampuan peserta dalam memahami pentingnya digitalisasi serta mengidentifikasi teknologi yang relevan untuk diterapkan dalam bisnis mereka. Kedua, indikator pelatihan mencakup kemampuan peserta dalam membuat dan mengelola akun media sosial serta website sederhana, sekaligus merancang strategi pemasaran digital yang efektif. Ketiga, indikator pendampingan terlihat dari kemampuan peserta dalam mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan, yang tercermin dari peningkatan operasional digital pada bisnis mereka. Terakhir, indikator demonstrasi diukur melalui kemampuan peserta dalam menggunakan alat atau platform digital yang telah diperkenalkan, dan menerapkannya secara langsung dalam manajemen bisnis sehari-hari.

5. Metode Evaluasi

Metode Evaluasi ketercapaian indikator keberhasilan dilakukan menggunakan metode evaluasi deskriptif dan statistik. Pada tahap akhir, peserta akan diminta untuk mengisi kuesioner yang mengukur pemahaman, keterampilan, dan aplikasi yang telah diterapkan dalam bisnis mereka. Analisis data dari kuesioner ini akan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan dan tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, kunjungan lapangan dan wawancara dengan peserta juga akan dilakukan untuk mendapatkan umpan balik yang lebih mendalam dan komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan digitalisasi yang dilaksanakan di Pondok Kahuru, Kecamatan Ciomas, Kabupaten Serang, telah berhasil memberikan hasil yang membanggakan, khususnya dalam peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Fokus utama kegiatan ini adalah pengembangan produk lokal berupa dapros (dapur prosesor) dengan merek DAPOKA (Dapros Pondok Kahuru). Sebelum pelatihan, produk DAPOKA yang dihasilkan oleh para peserta UMKM di Pondok Kahuru mengalami penurunan kualitas dan konsistensi. Produk ini kurang dikenal di luar daerah setempat karena minimnya pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan.

Kegiatan pelatihan ini dimulai dari tahap menjelaskan jenis-jenis media sosial dan e-commerce dengan menampilkan video tentang proses pembuatan akun media sosial. Selanjutnya dijelaskan pula cara penggunaan masing-masing jenis media sosial tersebut. Beberapa media sosial dan e-commerce yang dijelaskan pada saat pelaksanaan kegiatan tersebut antara lain Facebook, Shopee, Tiktok, dan Instagram. Berikut akan kami tuliskan kembali tutorial pembuatan akun di masing-masing aplikasi tersebut.

1. Tutorial Pembuatan Akun *Facebook*
 - a. Download aplikasi Facebook di Playstore untuk pengguna Android atau Appstore untuk pengguna IOS;
 - b. Buka Aplikasi *Facebook* yang ada di hp;
 - c. Masukkan nama, email atau nomor ponsel, kata sandi, tanggal lahir, dan jenis kelamin Anda;
 - d. Klik Daftar;
 - e. Untuk menyelesaikan pembuatan akun, Anda harus mengonfirmasi email atau nomor ponsel Anda;
 - f. Akun *Facebook* telah siap digunakan.
2. Tutorial pembuatan akun Instagram
 - a. Buka aplikasi Instagram
 - b. Pilih 'Buat Akun', kemudian masukan nama pengguna/ username
 - c. Klik 'Selanjutnya' lalu pilih 'Buat Akun dengan Email atau Nomor Telepon'
 - d. Ketuk bagian 'Email' dan masukkan alamat email yang ingin kamu gunakan
 - e. Tunggu beberapa saat hingga Instagram mengirimkan kode akses melalui email yang sudah kamu input.
 - f. Masukkan 'Password' (disarankan berbeda dengan email)
 - g. Klik 'Selesaikan Pendaftaran' lalu ikuti langkah selanjutnya seperti 'Temukan Teman Facebook' dan lainnya.
 - h. Semuanya selesai dan kamu bisa langsung menggunakan aplikasi Instagram
3. Tutorial Pembuatan Akun *Shopee*
 - a. Download aplikasi *Shopee* di *Playstore* untuk pengguna Android atau Appstore untuk pengguna IOS;
 - b. Buka aplikasi *Shopee* yang sudah di download tadi, kemudian pilih menu Saya (dipojok kanan bawah layar), kemudian pilih Daftar/ Register;
 - c. Silahkan masukkan nomor HP kalian pada kolom yang telah disediakan, kemudian pilih Lanjut. Setelah itu pihak Shopee akan mengirimkan sms yang berisi kode verifikasi ke nomor HP yang kalian daftarkan tadi.
 - d. Masukkan kode verifikasi tadi pada kolom yang sudah disediakan.
 - e. Sekarang silahkan isi data yang diperlukan untuk registrasi, seperti Username dan Password (diulang 2x pada kolom dibawahnya sebagai konfirmasi). Jika sudah, pilih Lanjut.
 - f. Selesai. Akun baru *Shopee* telah selesai dibuat
4. Tutorial Pembuatan Akun Tiktok
 - a. Download dan instal aplikasi TikTok dari Google Play Store (Android) atau App Store (iOS).
 - b. Jika sudah terpasang, langsung buka dan masuk ke aplikasinya.
 - c. Ada metode login yang bisa Anda pilih mulai dari nomor hp, email, akun Google, akun Facebook, Line, Twitter hingga KakaoTalk., Silahkan Anda pilih salah satunya.
 - d. Apabila Anda memilih metode login dengan email, maka Anda akan diminta untuk memberikan informasi tanggal lahir.

- e. Setelah itu, klik pada menu Email dan ketikkan alamat email yang ingin digunakan untuk mendaftar TikTok > Berikutnya.
- f. Lalu tinggal buat kata sandi dan juga username > Mendaftar. Selesai.

Setelah pelatihan, terlihat peningkatan kemampuan peserta dalam memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan *e-commerce*, untuk memasarkan produk Dapoka. Sekitar 75% responden mampu membuka akun bisnis online, dan 50% di antaranya aktif mempromosikan produk Dapoka di media sosial. Selain itu, pelatihan ini berhasil meningkatkan kesadaran peserta akan pentingnya branding dan product placement, yang terlihat dari perubahan kemasan produk DAPOKA yang kini lebih canggih dan profesional.

Dalam dua minggu setelah pelatihan, data menunjukkan bahwa penjualan produk DAPOKA meningkat sebesar 40% dibandingkan dengan periode sebelum pelatihan. Produk ini kini telah mulai dikenal di luar wilayah Pondok Kahuru, dengan beberapa pesanan datang dari luar Kabupaten Serang. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan digitalisasi ini berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk DAPOKA.

Pencapaian ini sejalan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan daya saing UMKM. Misalnya, penelitian oleh (Arumsari, 2022) menemukan bahwa pelatihan digitalisasi dapat meningkatkan penjualan produk UMKM hingga 35% dalam waktu enam bulan. Hal ini terjadi karena digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas pasar mereka tanpa batas geografis, memperkenalkan produk ke audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah.

Penerapan teknologi digital juga memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, menerima umpan balik, dan melakukan penyesuaian produk secara cepat sesuai dengan kebutuhan pasar. Hasil pelatihan di Kelurahan Pondok Kahuru juga menunjukkan bahwa peserta yang lebih aktif menggunakan media sosial dan platform e-commerce cenderung mengalami peningkatan penjualan yang lebih besar, yang mendukung temuan (Triyani:2022) bahwa keterlibatan digital yang tinggi berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan.

Selain itu, peningkatan dalam branding dan pengemasan produk DAPOKA setelah pelatihan juga berkontribusi terhadap peningkatan penjualan. Kemasan yang lebih menarik dan profesional tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk tetapi juga memberikan kesan kualitas yang lebih tinggi, yang penting dalam membangun kepercayaan konsumen.

Namun, masih ada tantangan yang perlu diatasi, seperti meningkatkan konsistensi dalam penggunaan teknologi digital oleh para pelaku UMKM. Meskipun sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan kemampuan, ada 15% yang masih menghadapi kesulitan dalam mengoptimalkan penggunaan platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan lanjutan atau pendampingan berkelanjutan mungkin diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan keberhasilan jangka panjang dari program ini.

Secara keseluruhan, pelatihan digitalisasi yang dilaksanakan telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Kahuru dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan bisnis mereka. Dengan pencapaian ini, diharapkan produk DAPOKA dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal.



Gambar 1. Foto Kegiatan



Gambar 2. Foto Kegiatan

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM di Desa Kahuru Kecamatan Ciomas memberikan dampak yang baik seperti Setelah pelatihan, terlihat peningkatan kemampuan peserta dalam memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan e-commerce, untuk memasarkan produk Dapoka. Sekitar 75% responden mampu membuka akun bisnis online, dan 50% di antaranya aktif mempromosikan produk Dapoka di media sosial. penjualan produk *DAPOKA* meningkat sebesar 40% dibandingkan dengan periode sebelum pelatihan. Dampak dari pelatihan ini adalah adanya kenaikan pendapatan dari masing-masing peserta dan meluasnya jangkauan pasar produk usahanya. Kendala dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM membutuhkan tambahan bantuan sumber daya manusia (SDM) sebagai admin dari akun marketplacenya dan sebagai pencatat pelaporan keuangan. Kegiatan lanjutan dapat dilakukan pendampingan bagi admin UMKM dalam mengelola bisnis digitalnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak-pihak terkait, meliputi: Mitra UMKM Desa Pondok Kahuru Kecamatan Ciomas yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian dan meluangkan waktunya untuk melaksanakan rencana pengabdian. Dosen Pembimbing Pengabdian Ibu Teti Trisnawati, M.Pd yang mendampingi dan memberikan arahan dalam pelaksanaan pengabdian. Pihak-pihak lain yang menjadi bagian dari pelaksana pengabdian dan kepada seluruh panitia pelaksana

kegiatan pengabdian kepada Masyarakat mahasiswa KKM Kelompok 6 Desa Kahuru Kecamatan Ciomas.

REFERENSI

- Andaningsih, I. R., Trinandari, T., Novita, N., & Kurnia, K. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Keuangan Menggunakan Aplikasi Catatan Keuangan di Pasar Kranggan Wilayah Kecamatan Jati Sampurna Kota Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 143–155. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.12038>
- Arafah, B., Hasyim, M., Khaerana, A. S. A., Soraya, A. I., Ramadhani, R., Ismail, A., & Takwa. (2023). The Digital Culture Literacy of Generation Z Netizens as Readers, Producers and Publishers of Text on Social Media. *International Journal of Intelligent Systems and Applications in Engineering*, 11(3), 112–123.
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Dilla Septianingsih, Decinta Putri Ariani, G. S. B. (2024). Digitalisasi UMKM “Kedai Neng Wati” melalui Strategi Rebranding Logo dan Peningkatan Pemasaran Online. 2(3).
- Guo, R., Yin, H., & Liu, X. (2023). Coopetition, organizational agility, and innovation performance in digital new ventures. *Industrial Marketing Management*, 111, 143–157. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.04.003>
- Indriastuti, W. A., & Ferdian, N. (2020). Peran Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Sumber Daya Manusia Di Objek Wisata Candi Sukuh Kabupaten Karanganyar. *Mabha Journal*, 1(1), 83–103.
- Maharani, N. R., & Woyanti, N. (2023). The Effect of Education, Health, Minimum Wage, Foreign Investment on Labor Productivity in 33 Provinces of Indonesia. *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 12(2), 122–134. <https://doi.org/10.12928/optimum.v12i2.5227>
- Prayogi, A., & Kirom, M. I. (2022). Pendampingan Pengembangan Digitalisasi Umkm Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 3(1), 14–24. <https://doi.org/10.52060/jppm.v3i1.652>
- Rizki Agam Syahputra, Cut Widy Aulia Putri, Noer Octaviana Maliza, R. L. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding UMKM Melalui Proses Digitalisasi Bisnis. *Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(1), 521–527.
- Sani, F. A., Purnamasari, C., Tanus, E. D., Betrand, J., Hartono, J. A., Horas, L., & Witera, Y. J. (2024). Digital Marketing Sebagai Usaha Meningkatkan Pemasaran UMKM. *Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 2(2), 55–62.
- Suparjiman, Iis Dewi Fitriani, Adi Pratama, Ahmad Nabil Quthb, Fakhri Fadhlurrahman, Iwan, F. S. D., Raden Achmad Muhammad Hisyam, Rani, Raquita Dibba, Santi Tria Mustika, Shintia Ledgeriana Hidyana, & Ziyan Dini Hunafa. (2024). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), 391–398. <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.810>
- Triyani, D., Mulyantomo, E., & Sulistyawati, A. I. (2022). Pelatihan Digitalisasi Dalam Upaya Meningkatkan Bisnis UMKM Di Kelurahan Bulu Lor Semarang Utara Kota Semarang. *Tematik*, 3(1), 205–211. <https://doi.org/10.26623/tmt.v3i1.5958>