

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Aplikasi Digital Berbasis Web

Rossi Peter Simanjuntak¹, Susi Diriyanti Novalina², Rahman Aulia³, M. Fadhli Rauf⁴

Politeknik Penerbangan Medan^{1,2,3,4}

e-mail: rossipetersimanjuntak@gmail.com

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pengembangan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui aplikasi digital berbasis web. Kegiatan ini diawali dengan identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi UMKM dalam hal digitalisasi bisnis. Berdasarkan hasil identifikasi, sebuah aplikasi web dikembangkan untuk membantu UMKM dalam berbagai aspek operasional, seperti manajemen stok, pemesanan online, serta pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini melibatkan pelaku UMKM Medan Selayang. Setiap UMKM peserta diberikan akun individual untuk mengakses dan mengelola usaha mereka melalui aplikasi ini. Pelatihan dilakukan sebagai tindak lanjut dari pengembangan aplikasi, dengan tujuan membekali para pelaku UMKM keterampilan dalam menggunakan teknologi digital guna meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Kegiatan pelatihan meliputi pengenalan fitur aplikasi, cara memanfaatkan teknologi dalam bisnis, dan strategi digital marketing. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM, mendukung adaptasi mereka terhadap perubahan di era digital, serta membantu memperluas potensi pemasaran produk mereka secara lebih efektif.

Kata kunci: UMKM, aplikasi digital, web, pelatihan, pengembangan usaha.

Abstract

This community service activity aimed to support the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through a web-based digital application. The initiative begins with identifying the needs and challenges faced by MSMEs in terms of business digitalization. Based on this assessment, a web application was developed to assist MSMEs in various operational aspects such as stock management, online ordering, and digital marketing. This community service is involving Medan Selayang MSMEs participants. Each participant of MSME is provided with an individual account to access and manage their business through the application. Training is conducted as a follow-up to the application development, aimed at equipping MSME entrepreneurs with the skills to utilize digital technology to improve operational efficiency and expand their market reach. The training activities include an introduction to the application's features, ways to leverage technology in business, and digital marketing strategies. It is expected that this initiative will enhance the competitiveness of MSMEs, support their adaptation to changes in the digital era, and help them broaden the marketing potential of their products more effectively.

Keywords: MSMEs, digital application, web, training, business development

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Di banyak negara, termasuk di Indonesia, sebagian besar tenaga kerja bekerja di sektor UMKM. UMKM tidak hanya berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi, pengentasan kemiskinan, dan distribusi pendapatan (Darnis & Azdy, 2021; Aliyah, 2022). UMKM memegang peranan vital dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap hampir 97% dari total tenaga kerja (Limanseto, 2023). Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan perkembangan mereka, terutama dalam hal akses pasar, manajemen usaha, dan teknologi.

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, Definisi UMKM adalah (a) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, (b) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil, (c) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. (Saragih, 2017; Kadeni, N. S., 2020; Al Farisi, S., & Fasa, M. I. 2022). Kriteria UMKM berdasarkan aset dan omset adalah (a) Usaha mikro adalah usaha yang memiliki aset maksimum Rp. 50 juta dan omzet maksimum Rp. 300 juta, (b) Usaha kecil adalah usaha yang memiliki aset lebih dari 50 juta tetapi kurang dari Rp. 500 juta, serta omzet lebih dari 300 juta tetapi kurang dari Rp. 2,5 miliar, (c) Usaha menengah adalah usaha yang memiliki aset lebih dari Rp. 500 juta tetapi kurang dari Rp. 1 miliar, serta omzet lebih dari Rp. 2,5 miliar tetapi kurang dari 30 miliar. (Saragih, R., 2019; Kadeni & Srijani, 2024; Al Farisi et al., 2022). Menurut BPS, berdasarkan jumlah tenaga kerja UMKM adalah (a) Usaha mikro memiliki jumlah tenaga kerja kurang dari 4 orang, (b) Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja 5-19 orang, (c) Usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja 20-99 orang (Al Farisi et al., 2022; Kadeni & Srijani, 2024; Saragih, 2017).

Namun, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka. Di antara tantangan tersebut adalah keterbatasan akses terhadap teknologi informasi dan digitalisasi. Banyak UMKM kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas karena kurangnya pengetahuan dan akses terhadap platform pemasaran digital (Putri & Sariyani, 2023; Barus et al., 2023; Firdausya & Ompusunggu, 2023). Kurangnya keterampilan sumber daya manusia dalam manajemen bisnis yang efektif, seperti pengelolaan keuangan, manajemen inventaris, dan strategi pemasaran serta kemampuan teknologi digital yang masih kurang sehingga adopsi terhadap teknologi yang masih rendah menyebabkan UMKM tidak mampu bersaing dengan bisnis yang sudah menggunakan teknologi digital untuk operasional dan pemasaran mereka (Caroline & Murtiningsih, 2024; Yunus, 2022). Di era digital ini, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memainkan peran yang semakin penting dalam memfasilitasi kegiatan ekonomi. Platform digital berbasis web menjadi alat yang efektif untuk membantu UMKM mengatasi berbagai kendala yang mereka hadapi. Digitalisasi UMKM adalah proses transformasi bisnis yang dilakukan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan teknologi digital dan meningkatkan efisiensi operasional. (Iriaanto et al., 2018; Evangeulista et al., 2023; Handayani, 2023).

Tujuan dari digitalisasi UMKM adalah meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam

menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan pendapatan serta penyerapan tenaga kerja. Literasi digital yang memadai sangat penting dalam beradaptasi dengan teknologi baru dan diadopsi untuk beragam kebutuhan yang menunjang pengembangan usahanya (Handayani, 2023). Digitalisasi UMKM juga bertujuan meningkatkan kemampuan pemasaran dan penjualan online, sehingga UMKM dapat mencapai lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Strategi-strategi yang dapat diambil meliputi memperluas jaringan internet, meningkatkan kesadaran akan isu-isu kinerja, dan mengoptimalkan teknologi yang mendukung praktik ramah lingkungan (Iriaanto et al., 2018), serta meningkatkan kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital dan meningkatkan efisiensi operasional. Strategi-strategi yang dapat diambil meliputi menjaga bisnis diperbarui dengan teknologi, mengoptimalkan konten melalui SEO, memanfaatkan platform media sosial, menggunakan alat analisis, menerapkan teknologi keuangan dan digitalisasi SDM, memastikan infrastruktur digital yang berkualitas, dan mengadopsi literasi digital (Evangeulista et al., 2023). Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengelola bisnis mereka dengan lebih baik. Kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital menjadi kunci keberhasilan bagi bisnis, termasuk UMKM (Rochadiani et al., 2024).

Melihat kondisi tersebut, pengembangan aplikasi digital berbasis web menjadi solusi yang tepat untuk membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi. Aplikasi digital dapat membantu UMKM dalam hal pemasaran, manajemen inventaris, manajemen keuangan, dan berbagai aspek lainnya yang penting untuk pertumbuhan bisnis (Setia Iswara et al., 2022). Aplikasi digital berbasis web memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka secara online, menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa batasan geografis. Aplikasi dilengkapi dengan fitur-fitur untuk manajemen inventaris, keuangan, dan pelanggan yang membantu UMKM dalam mengelola operasional mereka dengan lebih efisien. Namun, meskipun potensinya besar, masih terdapat kesenjangan digital yang signifikan di kalangan UMKM. Sebagian besar UMKM masih belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, baik karena keterbatasan pengetahuan maupun akses terhadap infrastruktur teknologi yang memadai sehingga diperlukan akses ke berbagai informasi bisnis, tutorial, dan pelatihan online yang dapat meningkatkan keterampilan manajemen dan teknis para pelaku UMKM.

Adapun permasalahan yang dihadapi UMKM adalah UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung operasional dan pengembangan bisnis mereka, UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung operasional dan pengembangan bisnis mereka, Kurangnya sistem manajemen yang efektif dan efisien sering kali menjadi hambatan bagi UMKM dalam mengelola inventaris, mengelola keuangan, dan memantau kinerja bisnis mereka, dan terdapat kesenjangan digital yang signifikan antara UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital dengan baik dan yang belum mampu, yang dapat meningkatkan kesenjangan ekonomi antar-pelaku bisnis.

Aplikasi digital berbasis web dirancang untuk membantu UMKM dalam mengelola operasional mereka secara lebih efisien. Ini mencakup manajemen inventaris, penjadwalan, akuntansi, dan aspek lainnya dari bisnis yang dapat diotomatisasi atau dipermudah melalui teknologi digital, dengan menggunakan aplikasi web, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Aplikasi ini memungkinkan mereka untuk menjual produk atau layanan secara online, menjangkau lebih banyak pelanggan potensial di luar batas geografis lokal, dan salah satu tujuan penting adalah untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM. Dengan terbiasa menggunakan aplikasi web, mereka akan lebih mahir dalam teknologi digital yang semakin penting dalam dunia bisnis modern.

Dengan Adanya aplikasi digital berbasis web diharapkan bermanfaat bagi pelaku UMKM berupa Aplikasi digital berbasis web dapat mengotomatiskan banyak proses bisnis, sehingga pelaku

UMKM dapat mengalokasikan waktu dan sumber daya mereka untuk aktivitas yang lebih strategis dan produktif. Melalui aplikasi web, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar regional, nasional, bahkan internasional, sehingga potensi penjualan dan pertumbuhan bisnis meningkat. Aplikasi ini dapat membantu dalam manajemen inventaris, pencatatan keuangan, penjadwalan, dan pelaporan, yang semuanya dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi kesalahan manusia. Dengan akses ke berbagai alat dan sumber daya digital, pelaku UMKM dapat lebih mudah berinovasi dalam produk dan layanan mereka, mengikuti tren pasar, dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih efektif, dan penggunaan aplikasi digital berbasis web dapat secara signifikan mendukung pengembangan dan keberlanjutan UMKM, membantu mereka untuk lebih kompetitif dan adaptif dalam menghadapi tantangan pasar modern.

Metode

Mitra UMKM dalam kegiatan masyarakat untuk pengembangan aplikasi berbasis web adalah masyarakat pelaku UMKM Medan Selayang untuk mengidentifikasi kebutuhan bisnis dan pelanggan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai melalui penggunaan aplikasi. Mitra kegiatan lainnya adalah Tim perancang aplikasi yang mengembangkan perangkat lunak, desainer UI/UX. Metode dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan metode pendekatan partisipatif dan kolaboratif dimana mitra kegiatan tersebut berpartisipasi, bekerjasama dan berkolaborasi dalam merancang dan mengembangkan aplikasi UMKM berbasis web yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi UMKM. Setelah aplikasi selesai dibuat, tim perancang aplikasi memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM dan staf mereka tentang cara menggunakan aplikasi dengan efektif dalam operasi sehari-hari mereka. Pendampingan juga dapat diberikan untuk membantu mereka mengatasi kendala teknis atau operasional.

Kegiatan pengabdian ini harus dipantau secara terus-menerus untuk mengevaluasi dampaknya terhadap kinerja dan pertumbuhan UMKM. Umpan balik dari pemilik UMKM dan pengguna aplikasi dapat digunakan untuk meningkatkan dan memperbaiki aplikasi di masa mendatang. Kolaborasi antara mitra pengabdian dan UMKM dalam pengembangan aplikasi berbasis web dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan layanan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar mereka dalam era digital yang semakin berkembang.

Tahapan Pelaksanaan kegiatan Pengabdian masyarakat ini mengikuti langkah-langkah yang telah disusun, adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

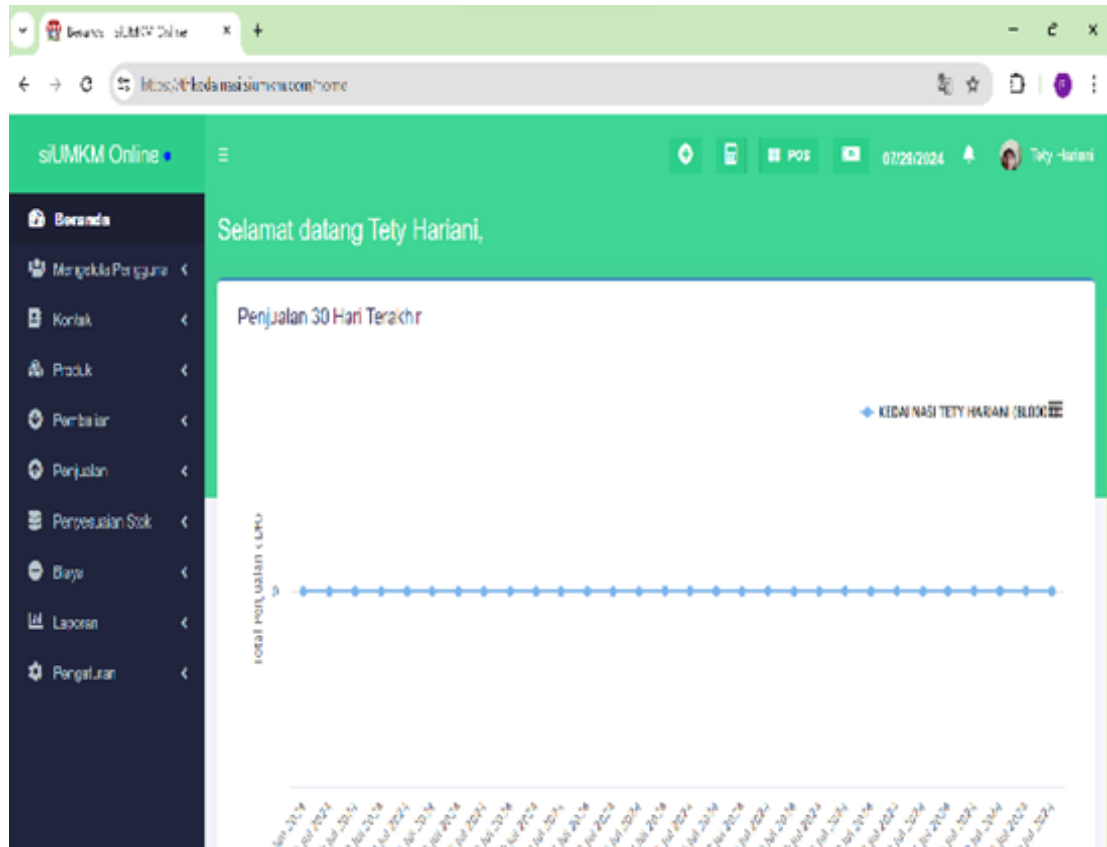
Tahapan Persiapan, dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan analisis kebutuhan UMKM dilakukan dengan metode survei dan wawancara dengan pemilik UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan, tantangan dan peluang yang ada. Selain itu, dalam tahap persiapan dilakukan Perancangan aplikasi dengan merancang antarmuka yang ramah pengguna dan mudah digunakan oleh pemilik UMKM dan mengembangkan fitur-fitur utama seperti manajemen produk, system pemasaran, pelacakan penjualan dan analisis data serta melakukan pengujian dengan beberapa UMKM terpilih untuk mendapatkan umpan balik dan memperbaiki aplikasi. Tahapan Pelaksanaan, Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan melalui pelatihan dan sosialisasi yang diberikan kepada pemilik UMKM mengenai cara menggunakan aplikasi web, termasuk tutorial langkah demi langkah. Serta dilakukan pendampingan untuk membantu pemilik UMKM dalam mengintegrasikan aplikasi ke dalam bisnis mereka. Tahapan evaluasi, Dalam tahapan evaluasi dilakukan berupa implementasi dengan membantu UMKM dalam menggunakan aplikasi di bisnis mereka. Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi kinerja aplikasi dan dampaknya terhadap bisnis UMKM dan menggunakan feedback untuk melakukan perbaikan yang diperlukan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan dalam bentuk pelatihan yang diberikan kepada masyarakat terkait aplikasi UMKM yang telah diciptakan. Pemateri memaparkan aplikasi UMKM kepada pemilik UMKM, agar pemilik UMKM dapat memanfaatkan aplikasi tersebut untuk pengembangan bisnis UMKM yang mereka miliki. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, setiap UMKM mendapatkan akun aplikasi masing-masing.

Aplikasi UMKM memiliki beberapa menu berupa:

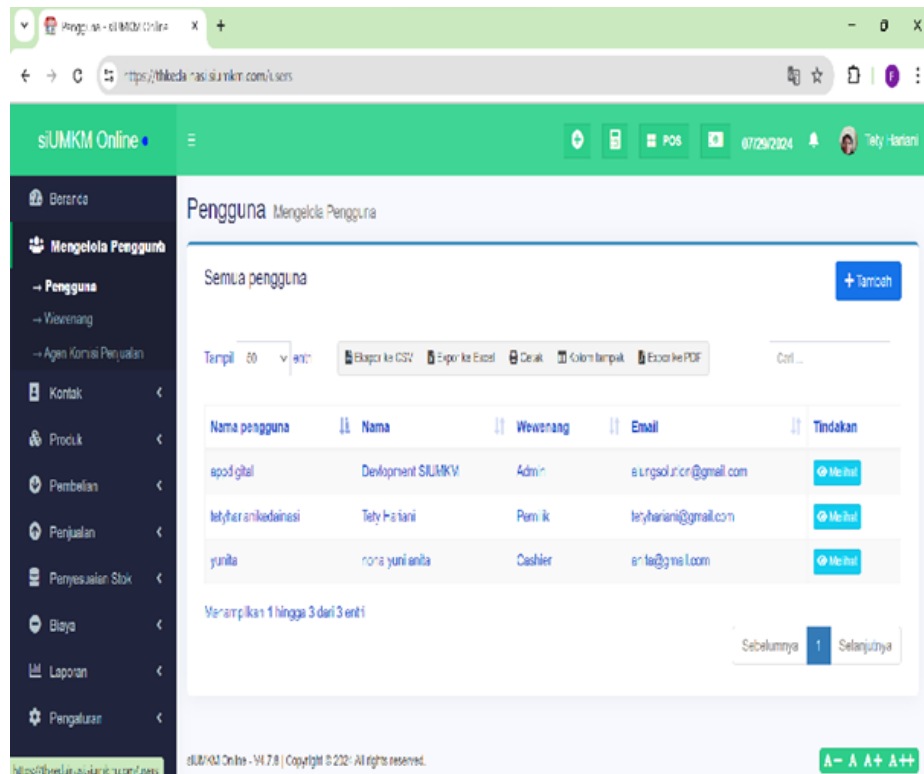
Menu Beranda



Gambar 1 Tampilan Beranda Aplikasi UMKM

Menu Mengelola Pengguna

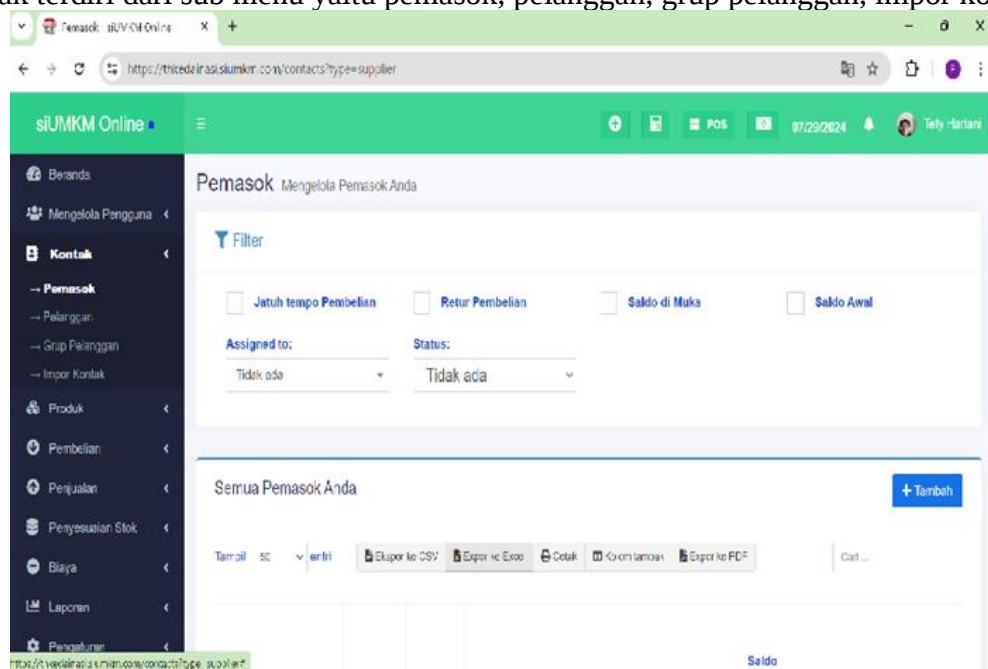
Pada menu mengelola pengguna terdapat sub menu yaitu pengguna, wewenang dan agen komisi penjualan.



Gambar 2. Tampilan Sub Menu Pengguna pada Menu Mengelola Pengguna

Menu Kontak

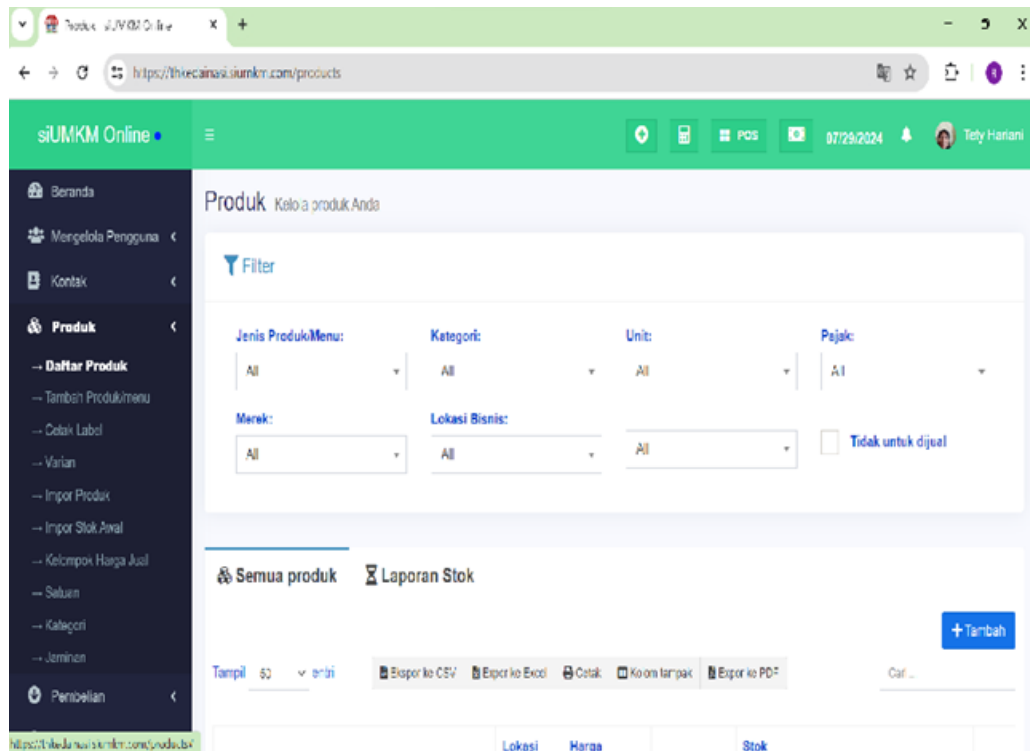
Menu kontak terdiri dari sub menu yaitu pemasok, pelanggan, grup pelanggan, impor kontak



Gambar 3. Tampilan Sub Menu Pemasok pada Menu Kontak

Menu Produk

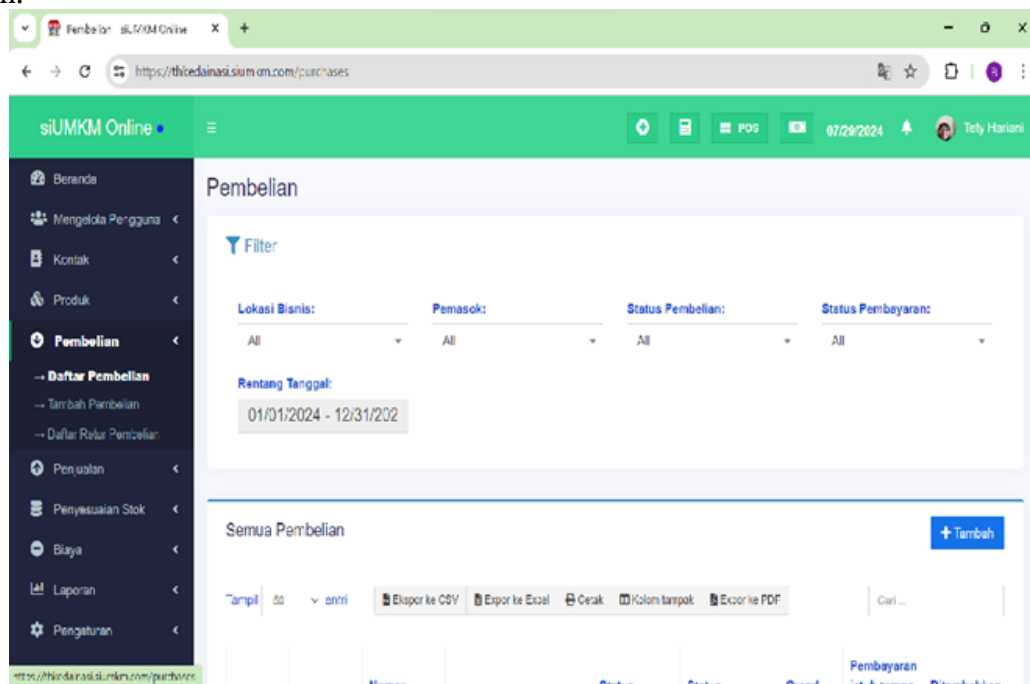
Menu produk terdiri dari beberapa sub menu yaitu, Daftar Produk, Tambah Produk/menu, cetak label, Varian, impor produk, impor stok awal, kelompok harga jual, salurn, kategori, jaminan.



Gambar 4. Tampilan Sub Menu Daftar Produk pada Menu Produk

Menu Pembelian

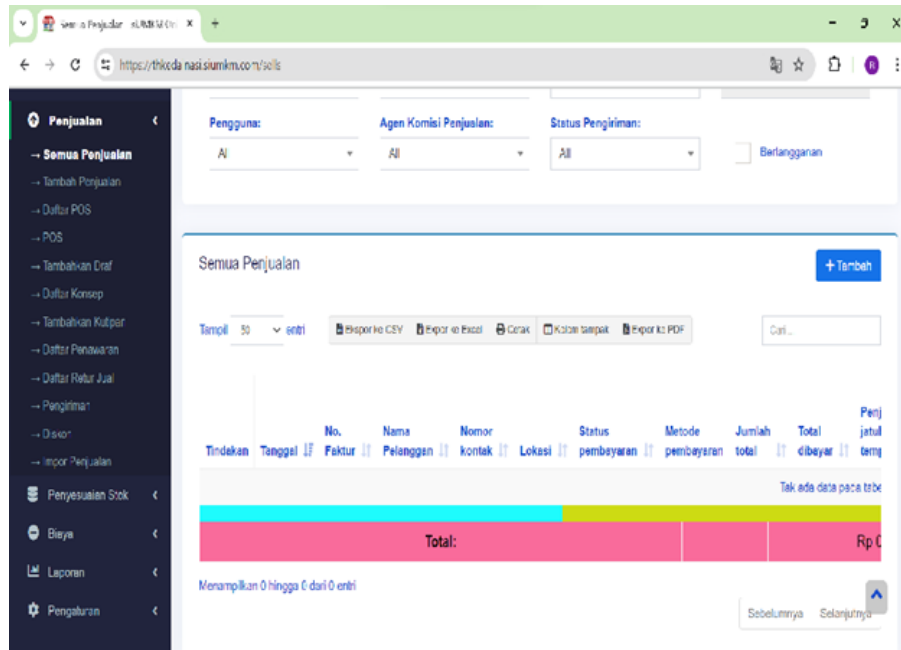
Menu Pembelian terdiri dari sub menu yaitu Daftar Pembelian, Tambah Pembelian, Daftar Retur Pembelian.



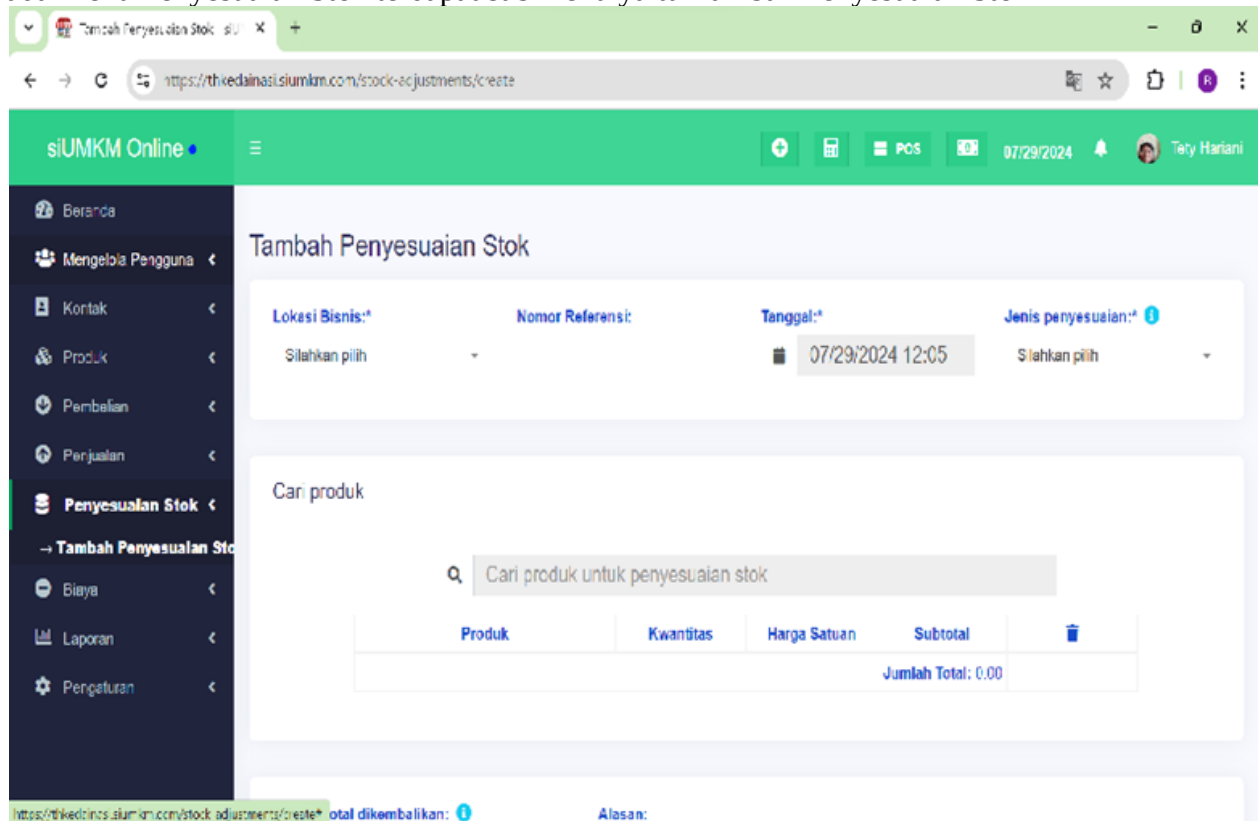
Gambar 5. Tampilan Sub Menu Daftar Pembelian pada Menu Pembelian

Menu Penjualan

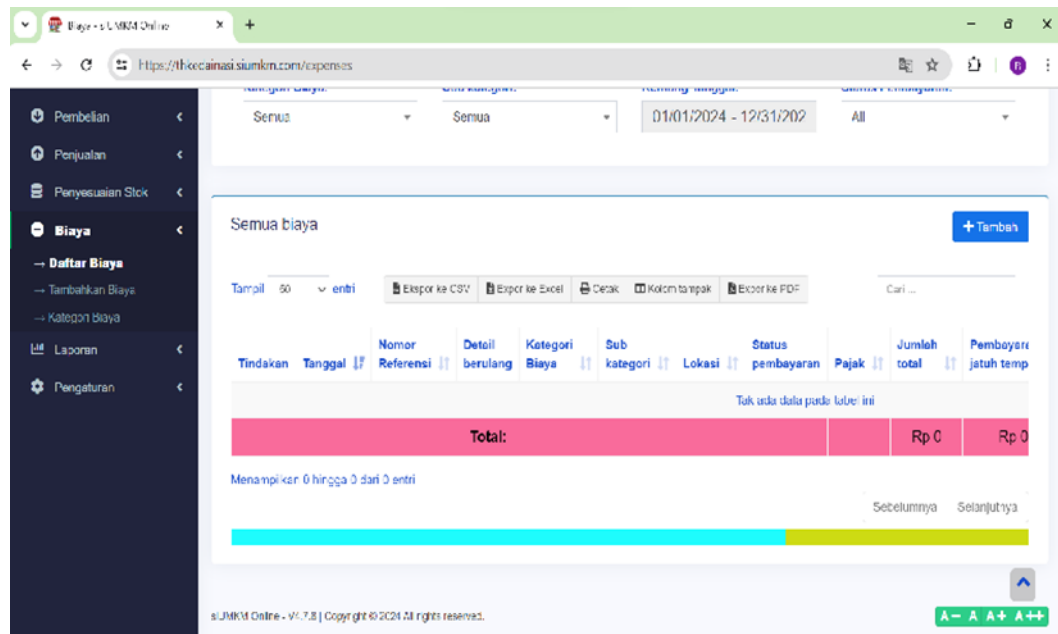
Menu Penjualan terdiri dari sub menu yaitu : Semua Penjualan, Tambah Penjualan, Daftar POS, POS, POS, Tambahkan Draf, Daftar Konsep, Tambahan Kutipan, Daftar Penawaran, Daftar Retur Jual, Pengiriman, Diskon dan Impor Penjualan



Gambar 6. Tampilan Sub Menu Semua Penjualan pada Menu Penjualan
Menu Penyesuaian Stok
Pada Menu Penyesuaian Stok terdapat sub menu yaitu Tambah Penyesuaian Stok



Gambar 7. Tampilan Sub Menu Tambah Penyesuaian Stok pada Menu Penyesuaian Stok
Menu Biaya
Pada Menu Biaya terdapat sub menu yaitu : Daftar Biaya, Tambahkan Biaya dan Kategori Biaya

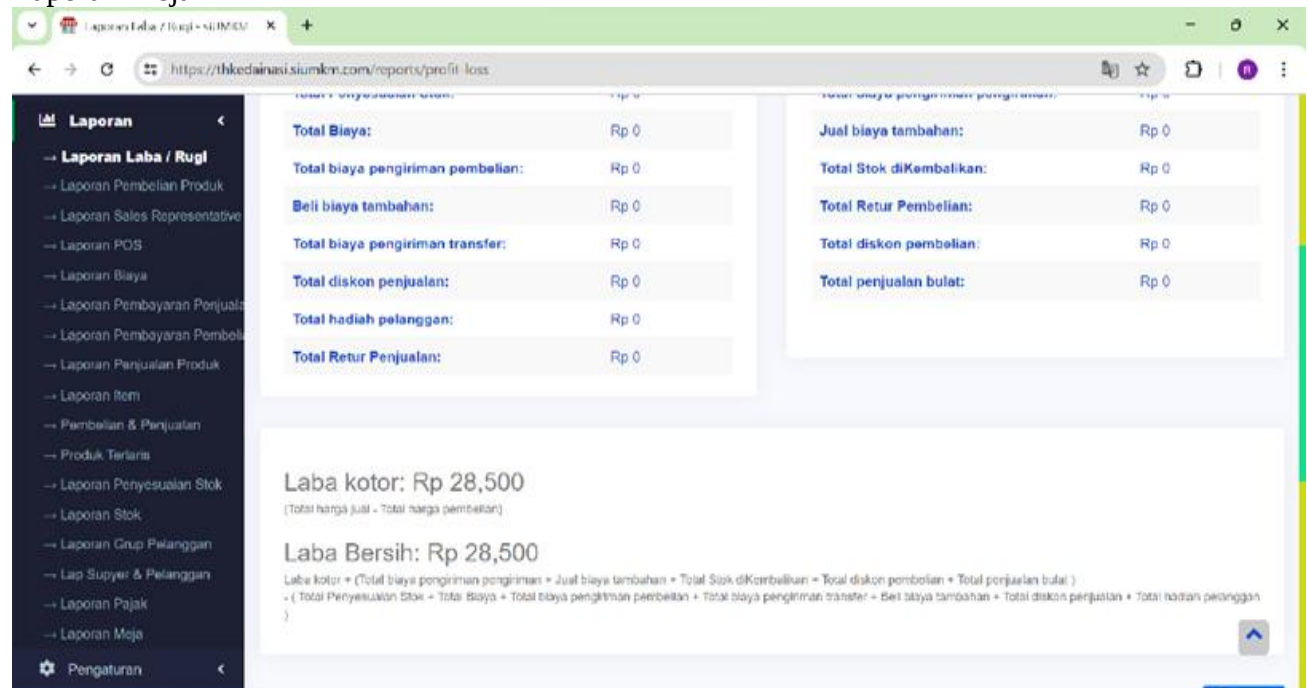


Gambar 8. Tampilan Sub Menu Daftar Biaya pada Menu Biaya

Menu Laporan

Pada Menu Laporan terdapat sub menu yaitu laporan laba/Rugi, Laporan Pembelian Produk, Laporan sale Representative, Laporan POS, Laporan Biaya, Laporan Pembayaran Penjualan, Laporan Pembayaran Pembelian, Laporan Penjualan Produk, Laporan Item, Pembelian dan Penjualan, Produk terlaris, laporan penyesuaian stok, laporan stok, laporan grup pelanggan, laporan supplier dan Pelanggan, laporan pajak,

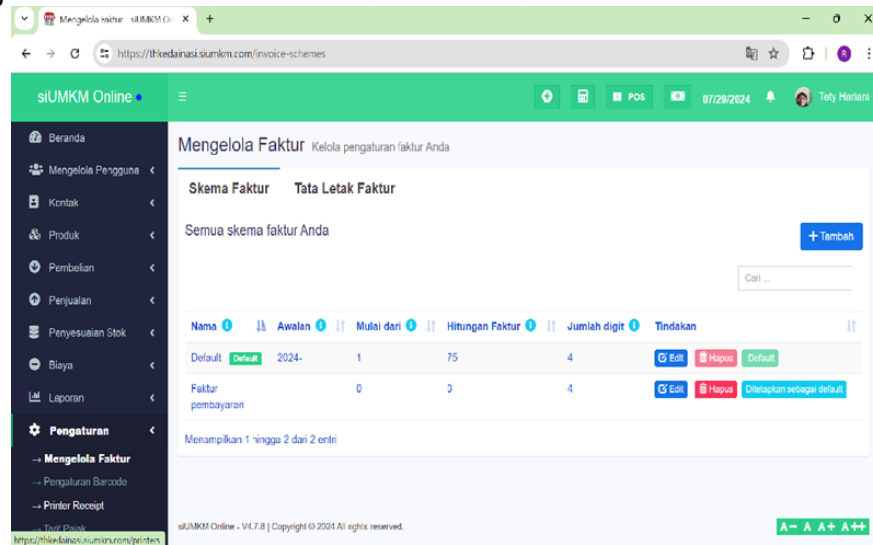
Laporan Meja



Gambar 9. Tampilan Sub Menu Laporan Laba/Rugi pada Menu Laporan

Menu Pengaturan

Pada menu pengaturan terdapat sub menu yaitu mengelola faktur, pengaturan barcode, printer receipt, tarif pajak.



Gambar 10. Tampilan Sub Menu Mengelola Faktur pada Menu Pengaturan

Kesimpulan

Setiap pemilik UMKM diberikan akun aplikasi untuk mengembangkan bisnis UMKM yang dijalankan sehingga dapat dilakukan pemantauan proses bisnis yang dilakukan. Pemilik UMKM mendapat pelatihan dan bimbingan dari narasumber terkait pengisian dan penggunaan aplikasi UMKM. Pemilik UMKM diharapkan melakukan pengisian atau update produk, pembelian maupun penjualan sehingga dapat diukur kebermanfaatan aplikasi digital UMKM bagi pemilik UMKM.

Daftar Pustaka

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Barus, D. R., Natanael Simamora, H., Glora Surya Sihombing, M., Panjaitan, J., & Susana Saragih, L. (2023). Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Teknologi dan Digitalisasi. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(6), 357–365. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.3031>
- Caroline, R. T. M., & Murtiningsih, D. (2024). Digitalisasi UMKM. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(1 Februari 2024), 1387–1400. <https://doi.org/oi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861>
- Darnis, F., & Azdy, R. A. (2021). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, 3(2), 229–238. <https://doi.org/10.37087/jtb.v3i2.93>
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi

- UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16, 33.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Digital Abad 21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 16–20.
- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas melalui Program Literasi Digital. *Jurnal Signal*, 11(1), 104. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.8213>
- Iriaanto, H., Viesta, A. Dela, Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Nufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, & Hardiyanti, F. Y. (2018). ANALISIS KEBUTUHAN TENAGA KERJA DAN PERALATAN PADA PROYEK PENINGKATAN JALAN: Studi Pada Pelaksanaan Proyek Peningkatan Jalan Pancor-Rempung. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 12(2), 1–7. <https://doi.org/doi.org/10.20961/cosmed.v1.i2.66865>
- Kadeni, & Srijani, N. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM*, 4(1), 81–89. <https://doi.org/10.52970/grdis.v4i1.516>
- Limanseto. (2023). *Tingkatkan Inklusi Keuangan bagi UMKM melalui Pemanfaatan Teknologi Digital, Pemerintah Luncurkan Program PROMISE II Impact*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4980/tingkatkan-inklusi-keuangan-bagi-umkm-melalui-pemanfaatan-teknologi-digital-pemerintah-luncurkan-program-promise-ii-impact>
- Putri, K. L. T., & Sariyani, N. L. P. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Padangsambian. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(1), 189. <https://doi.org/10.30595/jppm.v7i1.10055>
- Rochadiani, T. H., Mandasari, R., Wulandari, I., & Jaklin, V. (2024). Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Maju di Kampung Kalipaten. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 149–156. <https://doi.org/10.37802/society.v4i2.486>
- Saragih, R. (2017). Jurnal kewirausahaan. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(April), 1–14.
- Setia Iswara, U., Setyabudi, T. G., Palupi, D., Wahidahwati, & Suwitho. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Digital bagi UMKM. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 156–164. <https://doi.org/10.37802/society.v2i2.205>
- Yunus, R. M. (2022). Tantangan Umkm Dalam Memasuki Pemasaran Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1689–1698. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2624>