

PENGEMBAANGAN SOLUSI KREATIF DAN INOVATIF UNTUK KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM DESA GUNUNG MEKAR

¹⁾Maryam Aisyah Anastasia, ²⁾Imas Happy Dwi Nirwana, ³⁾Edward Febryan Sinurat, ⁴⁾Sinta Nurhalifah, ⁵⁾Arinda Kusuma Dewi, ⁶⁾Rizki Ramadhan, ⁷⁾Rafal Esa Dinata, ⁸⁾Igit Sabda Ilman

- ¹⁾Program Studi Fisika, FMIPA, Universitas Lampung
²⁾Program Studi Teknik Kimia, FT, Universitas Lampung
³⁾Program Studi Arsitektur, FT, Universitas Lampung
⁴⁾Program Studi Ilmu Komputer, FMIPA, Universitas Lampung
⁵⁾Program Studi Biologi, FMIPA, Universitas Lampung
^{6,7)}Program Studi Teknik Mesin, FT, Universitas Lampung
⁸⁾Dosen Pembimbing Lapangan, KKN Universitas Lampung

Koresponden Email: my.raisyahanastasia@gmail.com

Submitted:	Revised:	Accepted:
------------	----------	-----------

Abstrak

Penggunaan teknologi dapat memfasilitasi berbagai aspek bisnis, termasuk manajemen keuangan, pemasaran, produksi, dan layanan pelanggan. Digitalisasi UMKM berperan dalam peningkatan pendapatan dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Melalui kegiatan UMKM, produk-produk kreatif atau khas daerah dapat menjadi lebih dikenal, terutama jika dipasarkan melalui platform digital. Kegiatan ini berfokus pada pelaksanaan program "Smart UMKM" di Desa Gunung Mekar, Kabupaten Lampung Timur, yang bertujuan untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan pengenalan e-commerce dan pembayaran digital, program ini juga bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta mempermudah pembayaran dan transparansi transaksi. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode survei langsung atau wawancara langsung yaitu dengan cara mengunjungi langsung responden di tempat tinggal atau rumah produksi. Ditunjukkan bahwa program "Smart UMKM" bermanfaat dalam mendukung pelaku UMKM, terutama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan profesionalisme melalui digitalisasi. Pengenalan sistem pembayaran digital dan e-commerce diharapkan dapat mempermudah transaksi dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Program ini juga melibatkan pembuatan atau pembaruan desain kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik dan nilai produk di pasar. Kesimpulan dari program ini menunjukkan pentingnya digitalisasi UMKM dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing bisnis, serta perlunya edukasi dan dukungan terus-menerus bagi pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Produk.

Abstrack

The use of technology can facilitate various aspects of business, including financial management, marketing, production, and customer service. Digitalization of MSMEs plays a role in increasing revenue and driving local economic growth. Through MSME activities, creative or regional products can become better known, especially if marketed through digital platforms. This activity focuses on the implementation of the "Smart UMKM" program in Gunung Mekar Village, East Lampung Regency, which aims to support the growth and development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through the use of digital technology. With the introduction of e-commerce and digital payments, this program also aims to expand market reach, increase sales, and facilitate payment and transaction transparency. This activity was carried out using a direct survey or direct interview method, namely by directly visiting respondents at their place of residence or production

house. It was shown that the "Smart UMKM" program is beneficial in supporting MSME players, especially in expanding market reach and increasing professionalism through digitalization. The introduction of digital payment systems and e-commerce is expected to ease transactions and boost local economic growth. The program also involves creating or updating product packaging designs to increase the attractiveness and value of products in the market. The conclusion of this program shows the importance of MSME digitalization in supporting business sustainability and competitiveness, and the need for continuous education and support for MSME players to adopt digital technology.

Keywords: MSME, Digitalization, Product.

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin kompetitif, teknologi informasi dan komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam efisiensi operasional dan daya saing bisnis. Penggunaan teknologi dapat memfasilitasi berbagai aspek bisnis, termasuk manajemen keuangan, pemasaran, produksi, dan layanan pelanggan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang didirikan oleh warga negara, baik dalam bentuk usaha pribadi maupun badan usaha yang memiliki peran vital dalam perekonomian di Indonesia, termasuk sektor industri makanan tradisional. UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia dalam pertumbuhan ekonomi negara dan dapat membantu dalam pendistribusian pendapatan masyarakat [1]. Walaupun UMKM bukan merupakan usaha besar, namun peran UMKM dalam penggerakkan sektor perekonomian negara tidak dapat diragukan. UMKM telah berperan besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia [2].

UMKM menurut Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. UMKM menjadi salah satu pilar terpenting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena berperan dalam memperbaiki perekonomian baik ditinjau dari jumlah usaha, menciptakan lapangan pekerjaan, dan produk domestik bruto (PDB) [3]. UMKM memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto sebesar 57-60% dan menyerap tenaga kerja 97% dari tenaga kerja nasional [4]. UMKM berperan besar terhadap perekonomian nasional, namun masih terdapat tantangan UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Pemasaran menjadi salah satu tantangan yang dihadapi UMKM [5].

Kemajuan teknologi digital, seperti smartphone nirkabel, internet, aplikasi web, aplikasi seluler, dan media sosial, telah mendorong pertumbuhan bisnis digital yang lebih inklusif. Teknologi digital tidak hanya memberikan kemudahan akses bagi perusahaan besar yang sedang berkembang, tetapi juga bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja dan membangun ketahanan bisnis mereka di era normal baru. Teknologi digital membuka peluang berharga bagi UMKM untuk memperkuat daya saing mereka dalam industri yang sangat kompetitif saat ini. Hal ini sangat penting bagi UMKM, mengingat sektor ini diakui sebagai pilar utama dalam menjaga stabilitas dan daya saing ekonomi suatu negara [6]. Baik pemerintah maupun swasta telah melakukan beberapa program insiatif yang dilakukan untuk mendukung digitalisasi UMKM, yaitu e-Farming, e-Commerce, dan ASLIJAGO [7]. Digitalisasi UMKM dilakukan sebagai langkah perubahan gaya hidup, peningkatan profesionalisme, pengurangan risiko kehilangan target pasar, efisiensi biaya, pemasaran yang lebih luas, serta peningkatan kualitas produk [8] [9].

Digitalisasi UMKM berperan penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Melalui kegiatan UMKM, produk-produk kreatif atau khas daerah dapat menjadi lebih dikenal, terutama jika dipasarkan melalui platform digital [10].

Karakteristik bisnis, perusahaan, dan pemilik usaha yang beragam berperan signifikan dalam menentukan hambatan adopsi inovasi digital. UMKM yang memiliki penjualan langsung lebih rendah, beroperasi di pasar yang kompetitif, dan mengikuti preferensi pembayaran konsumen, cenderung memiliki probabilitas lebih tinggi untuk mengadopsi teknologi digital. Selain itu, perusahaan yang lebih muda serta pemilik usaha yang lebih muda dengan akses internet juga lebih cenderung mengadopsi teknologi terbaru [11]. Motivasi intrinsik, pengetahuan terhadap TIK dan penggunaan praktek pemasaran digital menjadi beberapa contoh faktor yang memengaruhi digitalisasi pada UMKM [12] [13] [14]. Dukungan manajemen puncak, biaya transisi reorientasi budaya, dan digitalisasi sistem merupakan faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM. Terdapat perbedaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi digitalisasi UMKM bergantung pada lokasi dan karakteristik UMKM [15].

Tujuan dari Smart UMKM yaitu untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memanfaatkan teknologi digital. Program ini dirancang untuk meningkatkan daya saing UMKM, membuat produk menjadi lebih menarik, memperluas akses pasar agar menjadi lebih luas, meningkatkan pendapatan juga profitabilitas dan mendorong inovasi bisnis. Sehingga dengan mengetahui adanya e-commerce serta pembayaran melalui dompet digital juga dapat meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, meningkatkan pendapatan, meningkatkan daya saing, mempermudah pembayaran serta transparansi transaksi.

2. METODE

Sosialisasi Program kerja “*Smart UMKM*” dilaksanakan di Desa Gunung Mekar, Kecamatan Jabung, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung. Sasaran dari kegiatan ini yaitu para pelaku UMKM di Desa Gunung Mekar dari tiap-tiap dusun yang ada di Desa Gunung Mekar. Kegiatan dilaksanakan pada masing-masing rumah produksi UMKM yang ada di Desa Gunung Mekar. *Smart* UMKM ini dilakukan pada waktu yang cukup lama mulai dari hari Senin, 8 Juli 2024 sampai hari Kamis, 25 Juli 2024. Tahapan pelaksanaan kegiatan *Smart* UMKM ini menggunakan metode survei langsung atau wawancara langsung yaitu dengan cara mengunjungi langsung responden di tempat tinggal atau rumah produksi. Berikut beberapa tahapan yang dilakukan yaitu:

1. Survei tempat UMKM untuk mengetahui serta dapat mendata UMKM yang berada di tiap dusun di Desa Gunung Mekar.
2. Mewawancarai para pelaku UMKM mengenai pembuatan produk seperti bahan baku, cara produksi, serta pemasaran yang dilakukan.
3. Memberikan penawaran mengenai bantuan untuk desain kemasan bagi produk UMKM.
4. Membuatkan desain kemasan (*packaging design*) bagi produk UMKM atau memperbaharui desain kemasan (*update packaging design*) yang telah ada agar semakin menarik dalam pemasaran.
5. Menyerahkan desain kemasan yang telah disetujui dari para pelaku UMKM.
6. Melakukan sosialisasi mengenai *e-commerce* agar dapat meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, meningkatkan pendapatan, serta meningkatkan daya saing.
7. Memberikan pengetahuan untuk pembayaran melalui qris atau *scan code*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja “*Smart* UMKM” dilaksanakan pada hari Senin, 8 Juli 2024 sampai hari Kamis, 25 Juli 2024. Dengan waktu pelaksanaan yang cukup variatif yakni sekitar pukul 14.00 WIB sampai 17.00 WIB. Kegiatan *Smart* UMKM ini meliputi pendataan UMKM

yang berada di Desa Gunung Mekar untuk *smart village*, pemberdayaan UMKM, pengenalan *e-commers* serta pembayaran melalui qris atau *scan code* yang dilakukan secara *door to door* yaitu mendatangi rumah produksi atau rumah pelaku UMKM. *Smart* UMKM dilakukan dengan melibatkan beberapa UMKM. Melakukan survei atau mengunjungi diitip – tiap dusun di Desa Gunung Mekar yang terdapat UMKM sebagai berikut:

1. Pada tanggal 15 Juli 2024, kunjungan ke dusun I terdapat UMKM pembuat tempe. Pada kunjungan tersebut, mahasiswa tim KKN menyaksikan proses pembuatan tempe pada industri skala rumahan mulai dari proses pemilihan bahan baku, proses perebusan, peragian, fermentasi tahap pengemasan, dan alur pemasaran yang sebagian besar dilakukan di sekitar wilayah Desa Gunung Mekar



Gambar 1. UMKM Pembuat Tempe di dusun I

2. Pada tanggal 22 Juli 2024, kunjungan ke dusun II terdapat 2 UMKM pembuat gula merah. Gula merah yang diproduksi oleh masyarakat Desa Gunung Mekar merupakan jenis gula kelapa yang dibuat dengan bahan baku utama air nira dan parutan kelapa. Proses pembuatannya dimulai dari penyaringan air nira kelapa, kemudian dilanjutkan dengan perebusan hingga mengental dan berubah warna menjadi kecokelatan. Setelah itu, adonan gula dituangkan ke dalam cetakan, baik berupa wadah plastik maupun potongan bambu, hingga mengeras dan kering. Tahap terakhir adalah pengemasan gula ke dalam plastik agar siap dipasarkan.



Gambar 2. UMKM Pembuat Gula Merah di dusun II

3. Pada tanggal 15 Juli 2024, kunjungan ke dusun III terdapat 3 UMKM pembuat tahu. Rumah-rumah produksi tahu ini berada di satu wilayah dusun III yang berdekatan sehingga dapat dikatakan sebagai wilayah sentra tahu. Pada kunjungan ini, mahasiswa tim KKN dibekali dengan pengetahuan tentang cara pembuatan tahu dari cara pemilihan bahan baku yang baik, sampai pada tahap siap makan untuk kemudian langsung dipasarkan di Pasar Adirejo ataupun toko/warung sekitar wilayah Desa Gunung Mekar.



Gambar 3. UMKM Pembuat Tahu di dusun III

4. Pada tanggal 8 Juli 2024, kunjungan ke dusun IV terdapat UMKM perajin bambu. Kerajinan bambu yang diproduksi ini meliputi keranjang buah, tampah, kipas, pengki, caping, dan lain lain yang dipasarkan secara langsung kepada pelanggan maupun dititipkan pada toko di wilayah Desa Gunung Mekar.



Gambar 4. UMKM Perajin Bambu di dusun IV

5. Pada tanggal 11 Juli 2024, tim KKN melaksanakan kunjungan ke Dusun V, Desa Gunung Mekar, untuk melakukan observasi lapangan terhadap kegiatan ekonomi masyarakat. Di dusun ini ditemukan satu UMKM yang bergerak dalam bidang produksi tahu. Proses pembuatan tahu dilakukan secara tradisional dengan menggunakan peralatan sederhana namun tetap menjaga kualitas dan cita rasa produk.



Gambar 5. UMKM Pembuat Tahu di dusun V

6. Pada tanggal 25 Juli 2024, tim KKN melakukan kunjungan ke Dusun VI, Desa Gunung Mekar, untuk melakukan pendataan dan observasi terhadap kegiatan ekonomi masyarakat. Di dusun ini terdapat beberapa pelaku UMKM yang memproduksi berbagai jenis cemilan, seperti aneka jajanan, keripik, dan kerupuk.



Gambar 6. UMKM Pembuat Cemilan di dusun VI

7. Pada tanggal 18 Juli 2024, tim KKN melakukan kunjungan ke Dusun VIII, Desa Gunung Mekar, untuk mendata dan mengenal lebih dekat kegiatan ekonomi masyarakat setempat. Di dusun ini ditemukan beberapa pelaku usaha mikro, di antaranya satu UMKM yang memproduksi cemilan berupa keripik singkong serta dua UMKM yang bergerak dalam pembuatan gula merah.



Gambar 7. UMKM Pembuat Gula Merah dan UMKM Pembuat Cemilan di dusun VIII

Pada pendataan UMKM untuk *smart village* terdapat masing-masing pelaku UMKM di tiap desa, dengan kata lain, di Desa Gunung Mekar masih memiliki semangat untuk memulai usaha. Dengan melakukan metode wawancara langsung maka dilakukan dengan

mengajukan pertanyaan terkait bahan baku yang didapatkan untuk memproduksi produk seperti kedelai untuk pembuatan tahu dan tempe, kelapa untuk gula merah, serta tepung atau lainnya untuk pembuatan cemilan maupun kerupuk. Bahan baku yang dipakai biasanya diambil dari kebun sendiri ataupun membeli. Setelah itu, pelaku UMKM masih mengerjakan dengan sendiri tanpa bantuan sehingga menggunakan metode alami. Namun, hal ini tidak menjadi kendala untuk memproduksi produk setiap harinya. Dilanjutkan dengan pemasaran yang sebagian besar telah diberikan kepada *supplier* dan pasar terdekat di sekitar Desa Gunung Mekar.

Program *Smart* UMKM adalah sebuah inisiatif yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memanfaatkan teknologi digital. Program ini dirancang untuk meningkatkan daya saing UMKM, memperluas akses pasar agar menjadi lebih luas, meningkatkan pendapatan juga profitabilitas dan mendorong inovasi bisnis. Dengan alasan pada Desa Gunung Mekar masih menggunakan teknologi manual atau alami, kurangnya informasi, dikerjakan sendiri tanpa karyawan (sehingga tidak adanya penerus atau generasi selanjutnya untuk melanjutkan UMKM), serta penjual yang telah merasa aman dengan kondisi sekarang (sehingga sulitnya perubahan yang positif). Maka dari itu, diperlukan adanya pembekalan pada pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan berbagai platform digital untuk promosi serta penjualan. Hal ini juga mendasari pemberian pengetahuan untuk pembayaran melalui *qris* atau *scan code* dikarenakan banyaknya masyarakat yang tidak menggunakan uang tunai atau *cashless* sehingga memakai dompet digital.

Kemudian memberikan pengenalan mengenai *e-commers* seperti shopee, tokopedia, dan tiktokshop. Dengan mengetahui adanya *e-commers* memiliki tujuan yaitu dapat meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, meningkatkan pendapatan, serta meningkatkan daya saing. Namun, penjualan melalui *online* ini menjadi ketakutan bagi pelaku UMKM yang membuat tempe dan tahu karena waktu penyimpanan tidak lama seperti UMKM cemilan. Disisi lain, menjadi keuntungan bagi UMKM cemilan karena dapat memperluas jangkauan pasar sesuai tujuan yang diinginkan.

Hal ini juga mendasari pembuatan atau pembaharuan desain kemasan agar menjadi lebih menarik. Selain itu, desain kemasan dilakukan agar dapat mempromosikan produk, memberikan informasi yang jelas pada produk sehingga konsumen dipermudahakan untuk mengetahui dalam mengonsumsi produk, membuat produk menjadi lebih unik, dan meningkatkan nilai persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Pembuatan desain kemasan ini dilakukan pada beberapa UMKM yaitu rumah cemilan keripik AA dari Bu Fatma di dusun VIII, kerupuk rambak dari Pak Abdul Aziz di dusun VI, cemilan makanan ringan (pangsit, untir-untir, tusuk gigi, dll) dari Pak Arifin di dusun VI, serta keripik singkong Pak Salamun di dusun VI. Dari keempat usaha tersebut dilakukanlah pembuatan desain kemasan atau pembaharuan desain kemasan, pengenalan sistem pembayaran melalui *qris* atau *scan code*, serta penjualan *online* melalui aplikasi Shopee, Tokopedia, dan Tiktok Shop. Penyerahan desain yang telah disepakati oleh kedua belah pihak untuk beberapa UMKM tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar (a) Rumah Cemilan Keripik, (b) Kerupuk Rambak, (c) Cemilan Makanan Ringan, dan (d) Keripik Singkong

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari program kerja Smart UMKM yang telah dilaksanakan maka diperoleh kesimpulan bahwa kegiatan yang sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM di desa Gunung Mekar dengan adanya pendataan UMKM yang dilakukan dapat membantu perangkat desa dalam pembuatan program smart village. Kemudian pembuatan atau pembaharuan desain kemasan yang kreatif dan inovatif akan membuat produk UMKM lebih menarik sehingga dapat memperluas pemasaran. Hal ini mendasari terkait pemberian pengetahuan untuk pembayaran melalui qris atau scan code agar membuat transaksi menjadi lebih mudah untuk pembukuan transaksi dan aman. Maka dari itu juga, memberikan pengenalan mengenai e-commers seperti shopee, tokopedia, dan tiktokshop. Pengetahuan e-commerce ini akan membantu UMKM agar dapat berjualan secara online dan menjangkau lebih banyak konsumen

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami, mahasiswa KKN Universitas Lampung Periode 2 tahun 2024, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh masyarakat Desa Gunung Mekar atas sambutan hangat dan kesempatan yang telah diberikan untuk melaksanakan semoga program kerja kami sehingga dukungan dari Bapak/Ibu sekalian sangat berarti bagi keberhasilan program kerja kami.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program kerja terutama para pelaku UMKM Desa Gunung Mekar atas partisipasi dan kerja samanya yang luar biasa dalam setiap tahapan kegiatan pengabdian ini yaitu Kuliah Kerja Nyata. Semoga program yang dilakukan dapat bermanfaat serta ilmu yang diberikan dapat membantu mengembangkan usaha Bapak/Ibu. Penghargaan yang mendalam juga kami sampaikan kepada perangkat Desa Gunung Mekar atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama kami berada di sana. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan KKN kami.

Kami juga berterima kasih kepada Universitas Lampung yang telah memberikan kesempatan dan dukungan kepada kami untuk melaksanakan program kerja KKN ini karena tanpa pihak Kampus maka program ini tidak dapat terlaksana. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada Bapak Ridho Sholehurrohman S.Mat, M.Mat. selaku Dosen Pembimbing Lapangan atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang tak terhingga selama pelaksanaan KKN ini. Saran-saran yang diberikan sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan program kerja ini. Semoga hasil dari kegiatan ini bermanfaat bagi seluruh Masyarakat maupun pembaca sehingga dapat terus dikembangkan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Purnomo, "Pengembangan Inovasi Kemasan untuk Meningkatkan Merek dan Keunggulan Kompetitif Bagi Umkm Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran," *Jurnal Pengabdian UMKM*, vol. 3, no. 2, p. 73, 2024.
- [2] S. S. S. Suyadi, "Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)," *Jurnal Ekonomi KIAT*, vol. 29, no. 1, p. 2, 2018.
- [3] S. Sofyan, "Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia," *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, vol. 1, no. 11, pp. 33-64, 2017.
- [4] A. H. Putra, "Peran UMKM dalam Pembangunan," *Jurnal Analisa Sosiologi*, vol. 5, no. 2, pp. 40-52, 2016.
- [5] S. Aldana, A. Haq and M. A. Muljanto, "Kalirungkut Pemberdayaan Masyarakat melalui Adaptasi Digital Marketing pada UMKM Kalirungkut," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* (, vol. 4, no. 3, pp. 1958-1963, 2023.
- [6] T. Pimoljinda and R. Siriprasertchok, "SMEs Development and ASEAN Economic Integration: An," *PERTANIKA*, vol. 26, no. 1, pp. 507-518, 2018.
- [7] D. A. Fadhilah and T. Pratiwi, "Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing," *Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 12, no. 1, pp. 17-22, 2021.
- [8] D. Solihin, Ahyani, Karolina, L. Priscilla and I. S. Octaviani, "Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online pada UMKM di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang," *Dedikasi PKM*, vol. 2, no. 3, pp. 307-311, 2021.
- [9] R. Aditya and R. Y. Rusdianto, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, vol. 2, no. 2, pp. 96-102, 2023.
- [10] H. Irianto, A. D. Viesta, A. T. Nugroho, T. Wahyuni, W. C. Prabowo, I. N. Hamid, T. N. Anufah, H. I. Permatasari, A. Salsabila, Sofyana and F. Y. Hardiyanti, "Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengkluk," *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, vol. 1, no. 2, pp. 60-64, 2022.

- [11] I. Trinugroho, P. Pamungkas, J. Wibowo, S. M. Damayanti and T. Pramono, "Adoption of Digital Technologies for Micro and Small Business," *Finance Research Letters*, vol. 45, 2022.
- [12] L. J. Cueto, A. F. Frisnedi, R. B. Collera, K. I. Batac and C. B. Agaton, "Digital Innovations in MSMEs during Economic Disruption: Experiences and Challenges of Young," *Administrative Sciences*, vol. 1, no. 12, 2022.
- [13] S. K. Shetty, C. Spulbar, R. Birau and P. V. Ninulescu, "Assessing the impact of digitalization on Micro, Small and Medium Enterprises in India," *Revista de Științe Politice*, vol. 1, no. 75, pp. 101-115, 2022.
- [14] R. Abdi, L. Suharti, P. Usmanji and V. Ratten, "The MSMEs Digital Readiness in Indonesia: A Test of Moderating Effect of Intrinsic Motivation and ICT Knowledge," *Strategic Entrepreneurial Ecosystems and Business Model Innovation*, pp. 155-180, 2022.
- [15] A. Agarwal and R. Ojha, "Prioritising the determinants of Industry-4.0 for implementation in MSME in the post-pandemic period – a quality function deployment analysis," *The TQM*, vol. 35, no. 8, 2023.