



The Role of MSME Digitization in Improving the Cimalaka Village Community's Economy

Peranan Digitilisasi UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Cimalaka

Sofia Dewi^{1*}, Asep Saepuloh², Yulianti Aprilia³, Esti Komalasari⁴, Ipah Saripah⁵, Siti Habibah Lidinillah⁶

^{1,2} Sistem Informasi, Universitas Ma'soem, Indonesia

³ Bisnis Digital, Universitas Ma'soem, Indonesia

⁴ Bimbingan Konseling, Universitas Ma'soem, Indonesia

⁵ Perbankan Syariah, Universitas Ma'soem, Indonesia

⁶ Agribisnis, Universitas Ma'soem, Indonesia

E-Mail: sofiadewi.job@gmail.com

Makalah: Diterima 21 Agustus 2025; Diperbaiki 11 November 2025; Disetujui 17 November 2025

Corresponding Author: Sofia Dewi

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lokal merupakan pilar ekonomi Desa Cimalaka, namun menghadapi kendala pemasaran, identitas usaha, dan daya saing yang terbatas pada lingkup tradisional. Penelitian ini menganalisis dampak transformasi digital UMKM terhadap peningkatan pendapatan dan perluasan pasar di Desa Cimalaka, sekaligus mengidentifikasi tantangan dan peluang yang muncul. Adopsi teknologi digital ditawarkan sebagai solusi melalui pendekatan kualitatif dengan desain eksperimen pendampingan (pra-pasca). Program pendampingan meliputi pembuatan logo, katalog produk, pendaftaran di Google Maps/Business Profile, sertifikasi halal, serta penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada visibilitas, kredibilitas, dan jangkauan pasar UMKM, dimana terindikasi kuat adanya kenaikan rata-rata omzet sebesar 20% setelah 4–8 minggu intervensi. Sebelum program, sebagian besar UMKM belum memiliki identitas usaha yang jelas, belum memanfaatkan media sosial, dan masih bergantung pada transaksi tunai. Setelah intervensi, 100% UMKM telah memiliki identitas branding dan terdaftar di platform digital, serta 82% telah mengadopsi QRIS. Kontribusi peran teknologi digital ini tidak hanya mempermudah promosi, tetapi juga mendorong efisiensi transaksi, sehingga berkorelasi positif dengan pertumbuhan pendapatan.

Keyword: Digitalisasi, UMKM, Peningkatan pendapatan, Pemasaran digital.

Abstract

Local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the economic pillars of Cimalaka Village but face constraints in marketing, business identity, and competitiveness limited to the traditional scope. This research analyzes the impact of MSME digital transformation on increasing income and market expansion in Cimalaka Village, while also identifying emerging challenges and opportunities. The adoption of digital technology is offered as a solution through a qualitative approach with a mentoring (pre-post) experimental design. The mentoring program included logo creation, product catalog development, registration on Google Maps/Business Profile, Halal certification, and the use of QRIS as a digital payment system. The research results indicate a significant increase in MSME visibility, credibility, and market reach, with a strong indication of an average turnover increase of 20% after 4–8 weeks of intervention. Before the program, most MSMEs lacked a clear business identity, did not utilize social media, and still relied on cash transactions. After the intervention, 100% of MSMEs had a branding identity and were registered on digital platforms, and 82% had adopted QRIS. The contribution of this digital technology not only facilitates promotion but also encourages transaction efficiency, which positively correlates with income growth.

Keyword: Digitalization, MSME, Income improvement, Digital marketing.

1. Pendahuluan

Digitalisasi menjadi faktor penting dalam perkembangan bisnis termasuk UMKM, transformasi digital membuka jalan UMKM untuk dapat bersaing dan memperluas jangkauan pasar[1]. UMKM di Desa Cimalaka merupakan pilar penting dalam perekonomian lokal, namun masih menghadapi kendala signifikan dalam hal pemasaran dan daya saing yang terbatas pada lingkup tradisional[2]. Meskipun potensi produk lokal sangat besar, kurangnya pemanfaatan teknologi digital telah menghambat UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Dalam hal ini, penggunaan ekologi digital pada UMKM muncul sebagai upaya untuk mengatasi tantangan ini, juga memberikan peluang untuk meningkatkan promosi produk, dan mengelola bisnis dengan lebih efisien[3], yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Cimalaka.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital UMKM memiliki dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan daya saing. Misalnya, penelitian Arif Maulana, Lukman Munawar Fauzi dan Dadan Kurnia (2025)[4], dalam penelitiannya berfokus pada pemberdayaan UMKM di Desa Cimalaka, Kecamatan Cimalaka, Kabupaten Sumedang, melalui digitalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya meningkatkan akses pasar dan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat keterlibatan komunitas dalam pengembangan ekonomi lokal[4]. Namun, program pemberdayaan melalui penggunaan teknologi digital di Desa Cimalaka belum berjalan optimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala, seperti kurangnya komunikasi yang efektif antara pemerintah desa dan pelaku UMKM, dan kurangnya pemahaman pelaku UMKM tentang pemanfaatan teknologi digital dan pemasaran *online*[5][6]. Selain itu, program pemberdayaan tersebut juga belum sepenuhnya dirasakan oleh semua pelaku UMKM, terutama yang berusia lanjut.

Penelitian ini memiliki urgensi secara akademis, penelitian ini berkontribusi pada literatur mengenai implementasi teknologi digital di sektor UMKM pedesaan[7]. Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi pemangku kebijakan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pemerintah desa, komunitas, dan UMKM itu sendiri dalam meneruskan transformasi digital yang berkelanjutan dan tepat sasaran di Desa Cimalaka. Penelitian ini berfokus pada pemberdayaan UMKM oleh mahasiswa KKN melalui digitalisasi di Desa Cimalaka, melalui pendekatan yang terencana dan melibatkan masyarakat dengan harapan pemberdayaan UMKM dapat berjalan efektif dan berkelanjutan.

Pendampingan ini dilakukan untuk menganalisis dampak penerapan digitalisasi terhadap peningkatan pendapatan dan perluasan pasar UMKM di Desa Cimalaka, sekaligus mengidentifikasi tantangan serta peluang yang dihadapi oleh para pelaku UMKM selama proses tersebut[8]. Secara spesifik, penelitian ini akan mengevaluasi bagaimana inisiatif digital seperti pembuatan logo, katalog dan daftar menu untuk promosi, pendaftaran lokasi di *Google Maps*, dan pembuatan QRIS pembayaran yang berkontribusi pada peningkatan penjualan dan jangkauan pelanggan[9][10]. Selain itu, penelitian ini akan mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi, seperti kurangnya pemahaman tentang pemanfaatan teknologi digital dan terbatasnya sosialisasi dari pemerintah desa, yang menyebabkan program pemberdayaan belum sepenuhnya efektif.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan eksperimen melalui pendampingan pemanfaatan teknologi digital bagi UMKM. Menurut Zulkarnain (2021), penelitian kualitatif adalah sebuah jenis penelitian yang bertujuan untuk meraih pemahaman yang dalam terhadap fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti pelaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, dengan cara yang holistik[11].

Pada pelaksanaan program ini, berfokus pada pelaku UMKM di Desa Cimalaka yang masih memiliki keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui deskripsi verbal, observasi dan wawancara langsung dengan pemilik UMKM yang memperhatikan konteks alamiah secara khusus, dengan menggunakan beragam metode ilmiah[12]. Tahapan dalam penelitian ini meliputi:

Identifikasi Permasalahan

1. Wawancara dengan pemilik UMKM di Desa Cimalaka terkait kendala digitalisasi.
2. Observasi terhadap pemanfaatan teknologi digital yang digunakan sebelum pendampingan.

Pelaksanaan Pendampingan

1. Pendampingan mencakup pembuatan logo produk, pendaftaran sertifikat halal, pendaftaran Lokasi UMKM ke *Google Maps*, pembuatan katalog/daftar menu produk, dan pembayaran digital menggunakan QRIS.
2. Metode Pendampingan Meliputi[13]:
 - a. Presentasi untuk memberikan pengetahuan dasar.
 - b. Tanya jawab untuk berbagi pengalaman, masalah dan solusi.

- c. Praktik langsung untuk pendampingan pemanfaatan teknologi digital.
- d. Pendaftaran NIB dan sertifikat halal ke OSS dan SIHALAL dari LP3H Universitas Ma'soem.
- e. Simulasi untuk memahami penerapan teknologi digital secara langsung.
- f. Praktik langsung dan pendampingan peserta agar dapat langsung mempraktikkan ilmu yang telah dipelajari.
- g. Evaluasi dan timbal balik untuk mengukur keberhasilan pendampingan dan memperbaiki proses pendampingan di masa mendatang agar berkelanjutan.

Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain eksperimen pendampingan *pra-pasca*, yang bertujuan mengukur perubahan kondisi subjek penelitian UMKM sebelum dan setelah intervensi digitalisasi. Desain ini dijustifikasi karena adanya intervensi terencana pada kelompok subjek spesifik dalam waktu terbatas. Subjek penelitian adalah 11 UMKM kuliner terpilih di Desa Cimalaka yang ditentukan berdasarkan kriteria purposif:

1. Belum memiliki identitas usaha (logo/katalog).
2. Masih 100% bergantung pada transaksi tunai.
3. Belum memanfaatkan *platform* digital *Google Business Profile*/media sosial untuk pemasaran.
4. Bersedia berpartisipasi penuh dalam program pendampingan.

Tabel 1. Instrumen Pengumpulan Data *Pra-Pasca*

Indikator (Tingkat Adopsi & Kinerja)	Skala Pengukuran	Pra-Program (Baseline)	Pasca-Program (4-8 Minggu)
I. Identitas Usaha & Kredibilitas			
1. Memiliki Logo Usaha	Nominal (Ya/Tidak)	18%	100 %
2. Memiliki Katalog/Daftar Produk Digital	Nominal (Ya/Tidak)	64 %	100 %
3. Terdaftar di Google Maps/Business Profile	Nominal (Ya/Tidak)	9 %	100 %
II. Literasi Digital & Transaksi			
4. Menggunakan Media Sosial untuk Promosi	Nominal (Aktif/Tidak Aktif)	36%	100 %
5. Adopsi Pembayaran Non-Tunai (QRIS)	Nominal (Ya/Tidak)	0%	82 %
6. Tingkat Pemahaman Keamanan Digital (Skala 1-5)	Ordinal (Skala Rata-rata)	2	4,5
III. Kinerja Ekonomi (Omzet)			
7. Rata-rata Omzet Bulanan (Sebelum/Sesudah)	Rasio (Rupiah)	Rp. 48.000.0000	Rp. 57.600.000
8. Perhitungan Kenaikan Omzet	Rasio (%)	0%	20 %

Pengumpulan data omzet (Rasio Rupiah) dilakukan melalui wawancara mendalam yang diverifikasi dengan catatan penjualan/transaksi sederhana yang dimiliki UMKM sebelum dan sesudah intervensi

3. Hasil dan Diskusi

Kegiatan ini dilaksanakan untuk mendampingi dalam pemanfaatan teknologi digital dengan mengadopsi beberapa *platform* digital guna mendukung peningkatan pendapatan UMKM.

Isi materi pendampingan yang diberikan pada kegiatan ini, diantaranya[14]:

1. Pentingnya digitalisasi bagi UMKM;
2. Strategi pemasaran digital yang tepat untuk UMKM;
3. Optimalisasi media sosial dalam pengembangan UMKM;
4. Pembuatan identitas dan kredibilitas digital UMKM;
5. Sistem pembayaran dan penjualan digital;



Gambar 1. Penyampaian Materi

Tabel 2. Komparasi Kondisi 11 UMKM Sebelum dan Sesudah Program Digitalisasi

No	Indikator Kinerja Utama	Sebelum Program	Sesudah Program	Peningkatan Adopsi (%)
1	Memiliki Identitas Usaha (Logo/Katalog)	18% (2 UMKM)	100% (11 UMKM)	82%
2	Adopsi Pembayaran Non-Tunai (QRIS)	0% (0 UMKM)	82% (9 UMKM)	82%
3	Terdaftar di Google Maps/Business Profile	9% (1 UMKM)	100% (11 UMKM)	91%
4	Rata-rata Peningkatan Omzet (4–8 Minggu Pasca)	100%	120%	20%

Analisis data komparatif pra-pasca menunjukkan dampak yang terukur dari intervensi digitalisasi ini. Berdasarkan Tabel 1, adopsi teknologi digital oleh 11 UMKM meningkat secara signifikan, terutama dalam hal visibilitas *Google Maps* dan kredibilitas identitas usaha. Analisis menunjukkan bahwa setelah 4–8 minggu implementasi penuh logo, katalog, QRIS, terindikasi kuat adanya peningkatan rata-rata omzet sebesar 20% pada kelompok UMKM yang didampingi. Peningkatan ini didorong oleh kemudahan bertransaksi non-tunai, yang sebelumnya nihil, dan perluasan jangkauan pasar yang diverifikasi melalui *Google Maps* dan media sosial. Peningkatan ini membuktikan bahwa digitalisasi bukan hanya soal pemasaran, tetapi juga peningkatan efisiensi operasional dan kepercayaan pelanggan. Analisis ini sekaligus menjawab pertanyaan ketercapaian pengabdian, di mana indikator peningkatan adopsi mencapai 82%–100% dan pertumbuhan omzet menunjukkan keberhasilan program dalam memberdayakan UMKM.

Hasil Pendampingan Penggunaan Teknologi Digital

Pada saat kegiatan pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) langsung didampingi dalam pemanfaatan digitalisasi UMKM.

Sebagai hasilnya, digitalisasi UMKM yang berhasil dilakukan, yaitu:

1. Logo

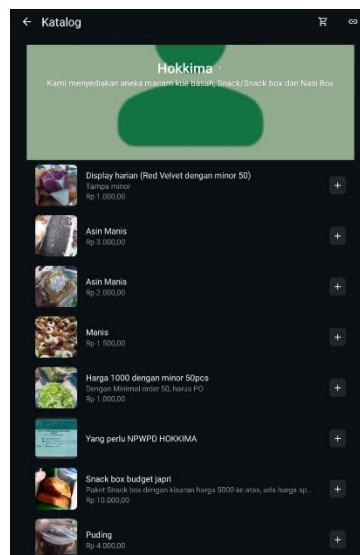
Pelaku UMKM mendapat pendampingan khusus dalam pembuatan logo yang menarik dan representatif. Mereka diberi pemahaman fungsi logo sebagai identitas usaha agar lebih profesional, mudah diingat, dan siap digunakan di berbagai media promosi, sehingga dapat meningkatkan visibilitas dan kredibilitas UMKM di mata pelanggan.



Gambar 2. Logo

2. Katalog dan Daftar Menu

Dalam pembuatan katalog dan daftar menu pelaku UMKM didampingi langsung untuk mengelola konten visual dan deskripsi produk secara menarik, seperti foto produk yang berkualitas tinggi, tata letak yang informatif, dan penulisan deskripsi produk yang baik. Mereka juga diberi tips untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan, seperti menyertakan harga dan varian produk.



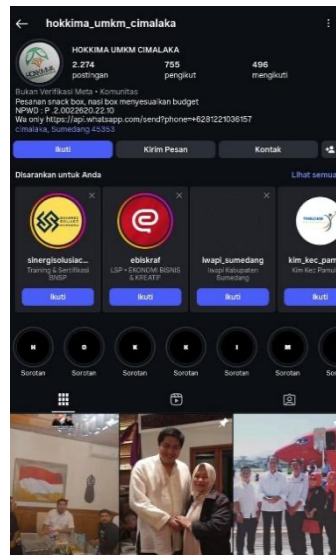
Gambar 3. Katalog



Gambar 4. Daftar Menu

3. Pengembangan Media Sosial

Pelaku UMKM mendapatkan panduan dalam pengembangan media sosial khususnya Instagram. Mereka dilatih untuk mengelola akun instagram secara efektif, seperti penggunaan profil bio yang informatif, pembuatan konten yang menarik, dan penggunaan *hashtag* yang relevan. Diberikan pula tips untuk membangun interaksi dengan pengikut, meningkatkan *engagement*, dan menjadikan instagram sebagai alat promosi[12].



Gambar 5. Akun Instagram HOKKIMA

4. Lokasi Google Maps

Para pelaku UMKM diberikan panduan untuk mendaftarkan bisnis mereka di Google Maps. Mereka dipandu membuat profil bisnis yang lengkap dan menarik, termasuk menambahkan informasi penting seperti jam operasional, nomor kontak, foto produk, dan detail lokasi yang akurat[15]. Dengan panduan ini, UMKM dapat meningkatkan visibilitas di area sekitar, mempermudah pelanggan menemukan lokasi fisik mereka, dan mendapatkan ulasan positif yang membangun kredibilitas bisnis.



Gambar 6. Dokumentasi Pemanduan Pendaftaran di Google Maps

5. Sertifikat Halal

Pelaku UMKM mendapatkan pendampingan mengenai sertifikasi halal sebagai salah satu tanda bahwa produknya telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan prinsip syariat islam. Mereka dibantu membuat NIB dan proses pendaftaran sertifikasi halal. Dengan ini, para UMKM mendapatkan legalitas halal yang diterbitkan oleh MUI melalui BPJPH.



Gambar 7. Pendampingan Pendaftaran Sertifikat Halal

6. QRIS Pembayaran Digital

Pelaku UMKM mendapatkan pendampingan mengenai penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS) sebagai salah satu metode pembayaran digital. Mereka dibantu mendaftar dan mengaktifkan layanan QRIS, serta menggunakannya dalam transaksi. Dengan ini, UMKM dapat menawarkan opsi pembayaran yang lebih mudah dan modern kepada pelanggan, mempercepat proses transaksi, serta mencatat riwayat keuangan secara digital.



Gambar 8. Dokumentasi Pendampingan Pendaftaran Layanan QRIS

Evaluasi dan Diskusi

Setelah diberikan pendampingan dan pelatihan mengenai beragam media promosi dan strategi digital mulai dari pembuatan logo, katalog, pengembangan media sosial Instagram, pendaftaran di Google Maps, pengurusan sertifikat halal, hingga penggunaan QRIS dilakukan diskusi dan wawancara. Ini bertujuan untuk mengukur perubahan yang terjadi. Secara spesifik, diskusi ini mengevaluasi sejauh mana implementasi digitalisasi UMKM telah memengaruhi pendapatan, dan jangkauan pasar mereka sebelum dan sesudah pendampingan.



Gambar 9. Evaluasi dan Diskusi

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pendampingan yang telah dilakukan, digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Cimalaka terbukti memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Program pendampingan yang komprehensif, mencakup pembuatan logo, katalog produk, pendaftaran usaha di *Google Maps/Business Profile*, pengurusan sertifikasi halal, serta implementasi sistem pembayaran digital QRIS, berhasil mengatasi kendala pemasaran dan daya saing tradisional yang sebelumnya membatasi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan adopsi teknologi yang masif, di mana 100% UMKM yang didampingi kini memiliki identitas *branding* dan terdaftar di platform digital, serta 82% telah mengadopsi QRIS. Peningkatan visibilitas, kredibilitas, dan akses pemasaran ini secara langsung berkorelasi positif dengan pertumbuhan pendapatan. Data menunjukkan adanya indikasi kuat kenaikan rata-rata omzet sebesar 20% dalam periode 4–8 minggu pasca-intervensi, membuktikan bahwa transformasi digital adalah kunci dalam mendorong efisiensi transaksi dan perluasan jangkauan pasar.

Meskipun keberhasilan adopsi teknologi sangat tinggi, proses digitalisasi ini masih menghadapi tantangan nyata, terutama terkait rendahnya literasi teknologi di kalangan pelaku UMKM, keterbatasan pemahaman mengenai pemasaran digital, serta kurang meratanya sosialisasi program. Oleh karena itu, digitalisasi bukan hanya sekadar penerapan alat teknologi, tetapi merupakan sebuah proses pemberdayaan yang berkelanjutan. Untuk menjamin kesuksesan jangka panjang, diperlukan edukasi berkelanjutan, pendampingan intensif, dan dukungan sinergis dari berbagai pihak, termasuk pemerintah desa, perguruan tinggi, dan komunitas lokal. Dengan strategi yang terarah dan berkesinambungan, UMKM di Desa Cimalaka berpotensi menjadi motor penggerak ekonomi yang lebih mandiri, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan mampu bersaing secara efektif di pasar yang lebih luas.

5. Ucapan Terima Kasih

Saya mengucapkan terima kasih kepada rektor Universitas Ma'soem, mahasiswa, dosen, dan rekan-rekan dari Universitas Ma'soem atas dukungan dan bantuan yang sangat berarti selama pelaksanaan pendampingan. Terima kasih juga disampaikan kepada kepala Desa Cimalaka beserta seluruh perangkat desa atas kerja sama dan dukungan selama pelaksanaan pendampingan. Tidak lupa, saya sampaikan penghargaan kepada para pelaku UMKM di Desa Cimalaka yang telah berpartisipasi aktif, terbuka, dan antusias dalam program pendampingan ini, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Referensi

- [1] D. Harianto and A. Ahmad, "Pengaruh Digitalisasi terhadap Penjualan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar," *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, vol. 3, no. 1, pp. 28–34, Dec. 2024, doi: 10.61132/nuansa.v3i1.1474.
- [2] J. K. Ekonomi, D. Bisnis, M. M. Manajemen, and P. Jakarta, "Oikos-Nomos: STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI DIGITALISASI Gisheilla Evangeulista 1) Alferina Agustin 2) Guntur Pramana Edy Putra 3) Destiana Tunggal Pramesti 4) Harries Madiistriyatno 5) 1)2)3)4)," *Jurnal Oikos-Nomos*, vol. 16, p. 2023.
- [3] E. D. Astuti and R. Rosita, "Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia," *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, vol. 2, no. 4, pp. 119–134, Dec. 2024, doi: 10.47861/sammajiva.v2i4.1499.
- [4] A. Maulana and D. Kurnia, "PEMBERDAYAAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH OLEH PEMERINTAH DESA MELALUI DIGITALISASI DI DESA CIMALAKA KECAMATAN CIMALAKA KABUPATEN SUMEDANG," doi: 10.36859/jp.v2i1.3352.
- [5] S. Dewi, "Assistance in Making Promotional Media Using Information Technology to Support Competitiveness Digital Marketing for MSMEs," *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, vol. 4, no. 1, pp. 79–84, Feb. 2024, doi: 10.57152/consen.v4i1.1202.
- [6] S. Riyanto, M. Nur, L. Azis, and A. R. Putera, "Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun," 2022. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>.
- [7] M. N. Panjaitan, R. Maulidya, R. D. Sianturi, and U. B. Darma, "<https://journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/Index> 42 Merintis Peluang Baru Mengembangkan Umkm Pedesaan Melalui Manajemen Retail A R T I C L E I N F O ABSTRAK." Available: <https://journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/Index>
- [8] R. A. Restuning, "DIGITALISASI UMKM: UPAYA PENINGKATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DESA WINDUSARI," *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, vol. 7, no. 1, pp. 1–4, Aug. 2024, doi: 10.33005/jdep.v7i1.350.
- [9] H. Irianto et al., "Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengkluk," *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, vol. 1, no. 2, p. 60, Jan. 2023, doi: 10.20961/cosmed.v1i2.66865.

- [10] M. Hamzah, A. Y. M. Azis, I. Khairuddin, S. Anam, and Z. Qudsi, "Digitalisasi Ekonomi : Peranan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM," *MENAWAN : Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, vol. 3, no. 1, pp. 231–239, Jan. 2025, doi: 10.61132/menawan.v3i1.1223.
- [11] J. L. Literasi Kita Indonesia, T. Wulandari, D. P. Sari, and A. R. Nasution, "Deskripsi Mendalam untuk Memastikan Keteralihan Temuan Penelitian Kualitatif," doi: 10.47783/literasiologi.v9i4.
- [12] S. Dewi et al., "Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Secara Online UMKM Hijab Syamil di Kecamatan Cicalengka Kabupaten Bandung." Available: <https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>
- [13] G. Santoso, M. Rizal, H. Wiyana, S. N. Subagja, U. Muhammadiyah Jakarta, and U. T. Muhammadiyah Jakarta, "JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital," doi: 10.9030/jubisdigi.v1i1.
- [14] J. P. Masyarakat and R. Edward, "PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PENGUSAHA UMKM DI TEGAL PARANG MAMPANG PRAPATAN JAKARTA," vol. 1, no. 12, pp. 1253–1259, doi: 10.62335.
- [15] E. D. Ramadhany, M. H. Arief, D. M. Nugroho, and N. F. Laily, "DIGITALISASI UMKM MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN GOOGLE MAPS UNTUK MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN EFEKTIFITAS PENYEBARAN INFORMASI BISNIS," *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 9, pp. 969–974, Sep. 2023, doi: 10.55681/swarna.v2i9.875.