

PERAN WEBSITE DALAM MENDORONG UMKM DESA GONDOSULI MENUJU EKONOMI DIGITAL

Solaiman¹, Rahma Tata Maulida^{2*}, Khusnul Khotimah³, Ajeng Putri Bunga⁴, Indah Setyaningrum⁵, Vivi Alviana⁶, Laela Fa'izul Muna⁷, Laela Rahmawati⁸, Tofan Aryanto⁹, Abdurosid¹⁰, M. adi Firmansyah¹¹, M. Arsyi Muntaha¹², Muhammad Arvan Ibrahim¹³

¹Arsitektur, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

²Teknik Sipil, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

³Pendidikan Fisika, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

⁴Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

⁵Ilmu Hukum, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

⁶Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

^{7,8,9}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

¹⁰ Sastra Inggris, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

^{11,12}Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

¹³Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Sains Al Qur'an, Wonosobo, Indonesia

*Email: sulaimansulaiman2064@gmail.com

Corresponding author:

Nama: Solaiman
Universitas Sains Al Qur'an
sulaimansulaiman2064@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing melalui pemasaran berbasis internet. Namun, banyak pelaku UMKM di Desa Gondosuli, Kecamatan Bulu, Kabupaten Temanggung masih menggunakan metode pemasaran tradisional karena keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mendukung transformasi digital UMKM di Desa Gondosuli melalui workshop digital marketing dan pembuatan website sebagai sarana promosi dan transaksi. Metode yang digunakan mencakup observasi, wawancara dengan pelaku UMKM, serta pengembangan website menggunakan konsep waterfall. Workshop dilaksanakan dengan metode ceramah dan praktik langsung, menghadirkan pemateri ahli dalam bidang digital marketing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan ini meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan marketplace. Selain itu, website yang dikembangkan terbukti meningkatkan visibilitas usaha dan mempermudah transaksi antara UMKM dan konsumen. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa digitalisasi UMKM melalui pelatihan dan penyediaan platform berbasis web memiliki dampak positif dalam meningkatkan jangkauan pemasaran, efisiensi transaksi, serta pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Gondosuli. Implementasi berkelanjutan dan dukungan lebih lanjut dari berbagai pihak diperlukan untuk memastikan keberlanjutan digitalisasi UMKM di desa tersebut.

Kata Kunci: *Desa Gondosuli; Digital Marketing; Pemasaran Online; UMKM; Website*

ABSTRACT

The development of digital technology provides opportunities for UMKM to increase their competitiveness through internet-based marketing. However, many UMKM in Gondosuli Village, Bulu District, Temanggung Regency still use traditional marketing methods due to limited knowledge and access to digital technology. This study aims to support the digital transformation of UMKM in Gondosuli Village through digital marketing workshops and website creation as a means of promotion and transactions. The methods used include observation, interviews with MSMEs, and website development using the waterfall concept. The workshop was carried out using lecture and direct practice methods, presenting expert speakers in the field of digital marketing. The results of the study showed that this training increased UMKM understanding of digital marketing strategies, including the use of social media and marketplaces. In addition, the website developed was proven to increase business visibility and facilitate transactions between UMKM and consumers. The conclusion of this activity is that the digitalization of UMKM through training and the provision of web-based platforms has a positive impact on increasing marketing reach, transaction efficiency, and economic growth in the Gondosuli Village community. Continuous implementation and further support from various parties are needed to ensure the sustainability of UMKM digitalization in the village.

Keywords: Gondosuli Village; Digital Marketing; Online Marketing; UMKM; Website

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin maju telah mengubah kebiasaan banyak orang di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari jumlah orang tua, remaja, dan anak-anak yang menggunakan internet. Internet memungkinkan orang menemukan apa yang mereka cari dengan cepat. Jadi, banyak orang di seluruh dunia yang menggunakan internet setiap hari (Dewi et al., 2021). Internet adalah kemajuan teknologi yang dapat memengaruhi banyak hal, seperti ekonomi, pendidikan, sosial, dan budaya. Menurut jumlah pengguna internet, Indonesia berada di urutan keempat di dunia, di belakang China, India, dan Amerika Serikat (Mursid, 2021). Hal ini dibuktikan dengan data penelitian yang dipublikasikan oleh KOMINFO pada tahun 2017 menunjukkan bahwa 66,3% penduduk Indonesia memiliki smartphone, sementara 45% di antaranya adalah pengguna internet. Angka ini terus meningkat, dan pada tahun 2020, pengguna internet mencapai 73,7 % dari total pengguna, setara dengan 19,67 juta jiwa. Bahkan, hampir seluruh penduduk Indonesia, yang berjumlah 266,9 juta, kini menggunakan smartphone (APJII, 2020).

Banyak penduduk Indonesia yang menghabiskan sebagian besar waktu mereka di internet untuk berbelanja, menggunakan layanan, membaca blog menghibur diri, dan berbagai aktivitas lainnya. Mengingat seberapa banyak waktu yang dihabiskan di orang di internet, tidak mengherankan jika banyak bisnis beralih ke platform online (Anam, 2019). Menjalankan sebuah usaha, sangat penting bagi seorang pebisnis untuk memiliki website. Website berfungsi sebagai alat promosi yang tidak hanya hemat biaya, tetapi juga efektif dan efisien. Adanya website, pebisnis dapat dengan cepat dan akurat dalam memberikan informasi kepada pelanggan mengenai produk, diskon dan berbagai hal lainnya. Sehingga dapat mempermudah perusahaan ataupun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam melakukan pemasaran (KOMINFO, 2017).

Website ini juga bisa menjadi sebuah peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar, sekaligus menjadi tantangan agar mereka mampu bertahan di era digitalisasi. Usaha mikro memegang peranan penting dalam pergerakan perekonomian, sehingga kolaborasi untuk mendigitalisasi ekonomi sangatlah diperlukan. Di Indonesia, jumlah UMKM mencapai 59,2 juta, di mana 3,79 juta atau sekitar 8% di antaranya telah bertransformasi ke digital (KOMINFO, 2017). Fungsi pemanfaatan teknologi ini adalah untuk mempermudah setiap

transaksi yang dilakukan. Namun, sayangnya kemudahan ini belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM. Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam upaya menuju digitalisasi adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia dan akses teknologi yang terbatas. Untuk menghadapi tantangan tersebut, diperlukan pendampingan dan edukasi bagi pelaku bisnis yang ingin melakukan perubahan.

Upaya mewujudkan UMKM dalam menghadapi era digital memerlukan sebuah gerakan pemberdayaan yang kuat, karena saat masuk pada era digital. Secara umum, pemberdayaan diartikan sebagai proses memberikan kekuatan kepada individu agar mereka dapat menggerakkan dan menegaskan potensi yang dimiliki, baik itu berupa keterampilan, sikap, maupun jaringan sosial. Hal ini melibatkan sumber daya lain yang berperan penting dalam mencapai tujuan dan menindaklanjuti langkah-langkah yang telah ditentukan (Fuadi et al., 2021). Dalam konteks ini, UMKM mampu berperan sebagai mitra strategis untuk memperkenalkan layanan ekonomi digital. Dengan demikian, akan tercipta sebuah inovasi baru dalam akses terhadap layanan keuangan digital.

Strategi digital inovatif untuk pemasaran produk dapat meningkatkan akses penjualan UMKM (Handajani et al., 2019). Digital marketing adalah bisnis yang memasarkan merek produk melalui media elektronik yang dapat menjangkau banyak orang, seperti penjual dan konsumen, tanpa terbatas waktu atau jarak (Ryan, 2015). Sangat penting untuk mengembangkan UMKM melalui pelatihan yang membantu mereka memahami pemasaran digital (Taiminen, Heini; Karjaluoto, 2015). Disarankan agar pelaku UMKM menggabungkan pemasaran tradisional dengan pemasaran online (Cant & Wiid, 2016).

Permasalahan tentang minimnya UMKM mempunyai website tersebut sama dengan yang dihadapi UMKM di Desa Gondosuli. Desa Gondosuli merupakan desa yang berada di Kecamatan Bulu, Kabupaten Temanggung, Provinsi Jawa Tengah. Sebagian besar penduduk Desa Gondosuli bekerja sebagai petani dan ada beberapa penduduk yang beraktivitas di UMKM makanan dan pariwisata sebagai sumber penghasilan sehari-hari dan lapangan kerja bagi masyarakat Desa Gondosuli. Pelaku UMKM di Desa Gondosuli mengalami permasalahan dalam penjualan produknya. Sistem penjualan UMKM di Desa Gondosuli selama ini masih dilakukan secara tradisional, yaitu melalui interaksi langsung dengan konsumen pada suatu tempat tertentu. Kondisi tersebut menyulitkan pelaku UMKM di Desa Gondosuli untuk melakukan promosi penjualan. Pengetahuan para pelaku UMKM Desa Gondosuli masih relatif rendah terhadap teknologi informasi sebagai sarana promosi.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Gondosuli, maka tim pengabdian masyarakat berinisiatif membuat workshop tentang pengembangan UMKM melalui digital marketing dan menciptakan website bisnis yang dapat menampilkan produk UMKM Desa Gondosuli dengan lengkap dan jelas sesuai dengan kebutuhan UMKM Desa Gondosuli. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mengedukasi para pelaku UMKM Desa Gondosuli tentang pengembangan UMKM Desa Gondosuli melalui digital marketing dan dengan dibuatnya website bermaksud untuk membantu memasarkan produk UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Salah satu program unggulan KPM 27 Desa Gondosuli adalah pembuatan website UMKM Desa Gondosuli dan workshop pengembangan UMKM melalui digital marketing. Program kerja ini dibuat berdasarkan hasil observasi di sekitar Desa Gondosuli. Tujuan

pembuatan website dan workshop pengembangan UMKM melalui digital marketing ini diharapkan dapat meningkatkan ekonomi penduduk Desa Gondosuli. Sehingga, dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk sekitar. Selain itu, tujuan dari program kerja ini adalah dengan menciptakan platform atau sistem penjualan online yang dapat digunakan oleh UMKM Desa Gondosuli untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara efisien.

Metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut: Tahap Perencanaan. Pada tahap ini, identifikasi toko online dilakukan dengan menetapkan hasil yang diharapkan. Proses berikut digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian ini: Metode Wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha UMKM dan wisata mengenai masalah umum dalam pemasaran produk dan transaksi jual beli barang, serta mendapatkan data yang diperlukan untuk membangun website toko online. Tahap Perancangan. Tahap perancangan dilakukan agar dapat menyediakan rancangan yang diharapkan. Pada tahap perancangan ini menggunakan konsep *Waterfall* agar mempermudah dalam pengerjaan suatu website. Perancangan ini meliputi rancangan Backend dan Frontend. Tahap Pengkodean (Coding). Pada tahap pengkodean ini, kami memanfaatkan framework bootstrap untuk membuat tampilan website lebih menarik. Tahap Uji Coba dan Implementasi. Sebelum website yang telah dibuat digunakan oleh produsen dan konsumen, perlu dilakukan uji coba. Pertama-tama, keamanan website harus dipastikan agar tidak rentan terhadap serangan hacker yang berusaha mencuri data penting milik produsen dan konsumen. Selanjutnya, uji coba akan dilakukan untuk memastikan semua fungsi yang telah dirancang berjalan dengan baik, tanpa adanya bug atau masalah dalam penggunaan. Setelah semua uji coba selesai dan dinyatakan berhasil, website dapat diimplementasikan dengan mengisi informasi terkait produk yang akan dijual. Hasil dan Pembahasan. Perancangan sistem informasi produk UMKM dan wisata berbasis website ini berisi mengenai data umkm dan wisata Desa Gondosuli.

Tahap Pelaksanaan Workshop UMKM melalui Digital Marketing. Berkoordinasi dengan kepala desa dan BUMDES. Langkah awal yang akan kami lakukan untuk melaksanakan workshop pengembangan UMKM melalui digital marketing di Desa Gondosuli adalah dengan berkoordinasi dengan kepala desa dan BUMDES, guna mendapatkan izin melaksanakan kegiatan tersebut dan menanyakan langkah-langkah kedepan demi kelancaran kegiatan workshop tersebut. Penyampaian informasi kepada BUMDES dan pelaku UMKM Desa Gondosuli. Langkah selanjutnya kami melakukan penyampaian informasi kepada BUMDES dan para pelaku UMKM Desa Gondosuli. Hal ini dilakukan agar dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung dan mengembangkan UMKM dan wisata yang ada di Desa Gondosuli. Berkoordinasi dengan pelaku UMKM dan Wisata. Setelah mendapatkan izin dari kepala desa, kami melakukan koordinasi dengan pelaku UMKM dan wisata Desa Gondosuli yang akan dilibatkan pada kegiatan workshop ini. Waktu dan Lokasi Workshop. Kegiatan ini bertempat di Gor Balai Desa Gondosuli pada hari Senin 3 Februari 2025 pukul 09.00 WIB.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Gondosuli terletak di Kecamatan Bulu Kabupaten Temanggung, Provinsi Jawa Tengah. Terdapat beberapa UMKM di Desa Gondosuli antara lain Sumber Wareg dan Goedang Food yang bergerak di bidang makanan dan Kolam Renang Simpleng yang bergerak di bidang pariwisata. Pada saat melakukan Observasi tim pengabdian mendapatkan informasi bahwa

sebagian Pelaku UMKM masih memasarkan produknya secara tradisional. Hal ini disebabkan karena pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan mengenai digital marketing. UMKM desa Gondosuli berpotensi untuk mengembangkan usahanya. Oleh karenanya pelaku UMKM desa Gondosuli perlu mendapatkan edukasi terkait pemanfaatan teknologi guna memasarkan produknya.

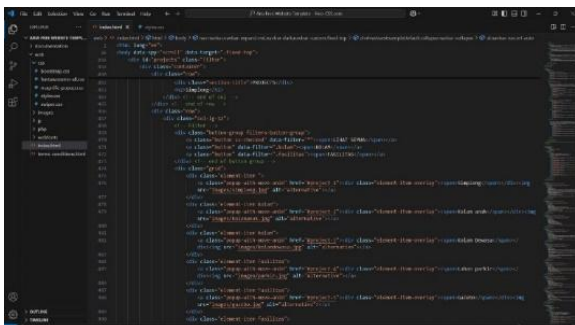
Keberadaan tim pengabdian bermaksud untuk membantu UMKM di Desa Gondosuli meningkatkan pemahaman mengenai digital marketing, memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM tentang cara memasarkan produk lewat media sosial dan marketplace agar jangkauan pemasaran produk bisa lebih luas lagi. Tim pengabdian juga merancang dan membuat website UMKM Gondosuli sebagai terobosan untuk mempermudah transaksi antara pelaku UMKM dan konsumen. Diharapkan dengan adanya website ini dapat berdampak pada kemajuan UMKM dan peluang usaha semakin luas.

Kegiatan Workshop Pengembangan UMKM melalui Digital Marketing berlangsung pada tanggal 4 Februari 2025 di Balai Desa Gondosuli. Dan proses pembuatan website berlangsung selama kurang lebih 20 hari oleh tim website. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah: Persiapan, tim pengabdian masyarakat melakukan pendataan kepada 2 pelaku UMKM yaitu Goedaang Food dan Kolam Renang Simpleng dan 1 organisasi UMKM yaitu Sumber Wareg yang anggota organisasi tersebut adalah para pelaku UMKM di Desa Gondosuli. Proses pendataan bermaksud untuk mengambil atau memperoleh data UMKM untuk dimasukkan ke dalam website dan guna mengkonsep kegiatan workshop. Pelaksanaan. Terdapat dua pelaksanaan kegiatan yaitu pelaksanaan pembuatan website, dimana tim pengabdian merancang dan membuat website yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM untuk pemasaran produk sesuai dengan data-data yang telah didapatkan pada proses observasi. Yang kedua adalah proses pelaksanaan workshop kegiatan ini memberikan edukasi terhadap pelaku UMKM terkait digital marketing, cara mempromosikan produk agar dapat meningkatkan omset penjualan, cara menjual produk lewat media sosial dan marketplace serta bagaimana cara mengoperasikan website yang telah tim pengabdian buat. Workshop dilakukan dengan metode ceramah pemateri menyampaikan materi kepada audiens. Untuk pemateri pada acara ini adalah bapak Kunto Ambio Wisanggeni Ketua Dewisnu Kabupaten Temanggung dan Tim Website pengabdian yang mengisi terkait cara penggunaan website.

Hasil dari kegiatan Workshop pengembangan UMKM di Desa Gondosuli dan peluncuran website UMKM Desa Gondosuli dapat dikatakan cukup memuaskan. Website memiliki peranan yang signifikan dalam mendorong UMKM Desa Gondosuli. Berdasarkan hasil yang telah didapat melalui wawancara pada pemilik UMKM Sumber Wareg, UMKM Goedaang Food, dan UMKM Kolam Renang Simpleng, website ini berpotensi mendorong pertumbuhan usaha mereka. Responden mengatakan bahwa penggunaan website membantu meningkatkan visibilitas bisnis dan menjangkau pelanggan lebih luas. Ini menunjukkan bahwa penerapan strategi digital marketing yang tepat dapat mempengaruhi pertumbuhan UMKM secara signifikan, karena digital marketing dapat mempengaruhi volume penjualan produk, memodifikasi harga produk, dan memberikan kemudahan konsumen dalam bertransaksi. Website juga dapat menumbuhkan kepercayaan karena website memungkinkan UMKM untuk berintraksi langsung dengan konsumen melalui fitur-fitur seperti chat online, formulir kontak, atau feedback.

Menurut para Responden dengan adanya Workshop ini juga memberi beberapa manfaat seperti: Peningkatan Pengetahuan. Menurut para responden dengan adanya workshop yang penulis buat dapat memberikan pengetahuan dan informasi baru terkait digital marketing atau strategi pemasaran yang efektif, membantu peserta untuk tetap mengikuti perkembangan dalam usaha mereka, seperti cara menjual produk umkm di marketplace, cara melakukan promosi produk lewat media sosial seperti tik-tok, youtube dan berbagai media lainnya. Yang tentunya pengetahuan ini dapat bermanfaat untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. Peningkatan Keterampilan . Dengan adanya workshop ini peserta diberikan pemahaman keterampilan dengan diperkenalkannya tools yang digunakan dalam digital marketing. Dalam workshop ini juga peserta diberi pengetahuan keterampilan tentang bagaimana cara membuat konten promosi produk mereka, cara mendesain kemasan, cara penggunaan dan perawatan Website umkm Desa Gondosuli yang telah penulis buat dan keterampilan-keterampilan lainnya. Meningkatkan Jangkauan dan Visibilitas Online. Peserta dalam workshop ini akan mempelajari metode untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan bisnis online mereka. Usaha kecil atau UMKM dapat menggunakan digital marketing dengan lebih efisien daripada pemasaran konvensional dan menjangkau audiens yang lebih luas, bahkan di seluruh dunia.

Dengan adanya website dan keterampilan yang diberikan pada para peserta workshop memberikan potensi besar untuk kemajuan UMKM desa Gondosuli kedepannya. Berikut ini beberapa hasil yang dapat dicapai: Dengan adanya Workshop Pengembangan UMKM melalui digital marketing dan peluncuran website UMKM meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya UMKM sebagai penggerak perekonomian desa. Dalam workshop ini juga memberikan pemahaman tentang manfaat UMKM dalam menambah lapangan kerja, mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan pendapatan. Workshop Pengembangan UMKM melalui digital marketing dan peluncuran website UMKM dapat membantu masyarakat desa dengan meningkatkan akses ke sumber daya memahami dan mendapatkan akses ke sumber daya yang tersedia, termasuk pembiayaan, bantuan teknis, pelatihan keterampilan, dan pasar potensial. Dengan pengetahuan ini, UMKM desa dapat memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan produksi, kualitas produk, dan daya saing.



Gambar 1. Proses Koding Pembuatan Website UMKM



Gambar 2. Tampilan Hasil Website UMKM

Meningkatkan kualitas UMKM, masyarakat desa dapat mengetahui tentang standar dan praktik terbaik dalam pengelolaan UMKM, seperti manajemen produksi, pemasaran, keuangan, dan persyaratan hukum, dapat meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM di

desa dan meningkatkan peluang untuk mengakses pasar yang lebih luas. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Masyarakat desa dapat meningkatkan penghasilan mereka sendiri dan mengurangi tingkat kemiskinan dengan mendukung pengembangan UMKM yang lebih kuat (Rahman, 2024).



Gambar 3. Workshop Pengembangan UMKM melalui Digital Marketing

KESIMPULAN

Kegiatan Workshop pengembangan UMKM melalui Digital Marketing dan peluncuran website UMKM Desa Gondosuli mendapat sambutan positif dari pelaku UMKM di Desa Gondosuli, Kecamatan Bulu, Kabupaten Temanggung. Kegiatan ini dianggap berdampak baik bagi karena memberikan manfaat kepada pelaku UMKM untuk memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Pelaku UMKM mengikuti kegiatan dengan baik dan mampu menerima materi yang ada, sehingga pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

Pelaku UMKM juga menyambut baik peluncuran website yang dibuat oleh tim pengabdian karena dianggap memberikan manfaat bagi UMKM di Desa Gondosuli Kecamatan Bulu Kabupaten Temanggung. Oleh karena itu, disarankan kegiatan tersebut dilakukan berkelanjutan bagi UMKM untuk menambah pengetahuan mengenai digital marketing yang selalu mengalami perkembangan. Agar UMKM dapat membantu menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi angka pengangguran.

DAFTAR RUJUKAN

- Agmalia, N. R. (2021). Strategi Pengembangan Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil menengah (UKM) Melalui Marketing Online (Studi pada Usaha "Distro Bragga" eprints.ubhara.ac.id.http://eprints.ubhara.ac.id/1303
- Anam, K. (2019). Strategi Pemerintahan Dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara. *Journal of Political and Government Studies*, 8(3), 211–220.
- APJII. (2020). *Internet User Survey 2019 2020*. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (p. 10).
- Cant, M. C., & Wiid, J. A. (2016). The use of traditional marketing tools by SMEs in an emerging economy: A South African perspective. *Problems and Perspectives in Management*, 14(1), 64–70. [https://doi.org/10.21511/ppm.14\(1\).2016.07](https://doi.org/10.21511/ppm.14(1).2016.07)



- Crystallography, X. D. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 1–23.
- Dewi, S. D., Laudeciska, L., Figa, A., Auliani, A., Marbun, D. V., & Dwiyantri, W. (2021). Perancangan Sistem Informasi Berbasis Website Pada Umkm Jaya Pungur. *Universitas Internasional Batam*, 3(1), 841–848. <https://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro/article/view/6026>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Handajani, L., Akram, Furkan, L. M., & Rifa'i, A. (2019). Penggunaan Pemasaran Digital Pada Usaha Home Industry Kopi Lombok Di Desa Sigerongan Kabupaten Lombok Barat. *Abdi Insani*, 6(3), 409–421. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v6i3.267>
- Ii, B. A. B., & Peran, A. (2020). Peran Civic Culture..., Gangsar Juli Kurniawan, FKIP UMP, 2020.28–53.
- KOMINFO. (2017). *Individu memiliki Smartphone. Survey Penggunaan TIK*.
- Mulyadi. 2016. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat
- Mursid, F. (2021). *Pengguna Internet Indonesia Terbesar Ke-4 di Dunia*.
- Nafi'ah. (2018). Implementasi Media Pembelajaran Daring Pelajaran Tematik Siswa Kelas I Sekolah Dasar Negeri Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. 10–22.
- Nugrohadhi, A. (2017). Pemanfaatan Publikasi Ilmiah di Perguruan Tinggi. *Pustakaloka*, 9(2), 266–282. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v9i2.1087>
- Rahman, S. (2024). *Peranan umkm bagi masyarakat desa bonto daeng*. 39–44.
- Ryan, D. (2015). *Understanding Digital Marketing*. Great Britain: Kogan Page Limited.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36–50. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Susilawati, T., Yuliansyah, F., Romzi, M., & Aryani, R. (2020). Membangun Website menggunakan Php Dan Mysql. *Jurnal Teknik Informatika Mahakarya (JTIM)*, 3(1), 35–44.
- Taiminen, Heini; Karjaluto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Taufik, A. E. (2017). Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Pentas Seni Berbasis Web Pada Sanggar Seni Getar Pakuan Bogor. *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2), 1–7.
- Trisianto, Chrisantus. 2018. Penggunaan Metode Waterfall Untuk Pengembangan Sistem Monitoring dan Evaluasi Pembangunan Pedesaan. 12–13.