



Membangun UMKM Tangguh dan Berdaya Saing di Era Digital untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga

Rika Kartika^{1*}, Encep Saefullah², Popi Dayurni³, Adinda Dwi Mulyani⁴,
Aufa Dina⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} Universitas Bina Bangsa, Serang, Indonesia

*Corresponding author: rikakrtika.binabangsa@gmail.com

Received 04-09-2025

Revised 11-09-2025

Published 20-09-2025

ABSTRAK

Kelurahan Sukalaksana, Kecamatan Curug, Kota Serang, didominasi oleh UMKM rumah tangga yang menghadapi tantangan digitalisasi, manajemen usaha, dan akses pasar. Keterbatasan literasi digital dan pelatihan menjadi hambatan utama. Program ini bertujuan meningkatkan kapasitas UMKM melalui pelatihan digital marketing, manajemen keuangan, desain kemasan, dan teknologi tepat guna. Metode meliputi observasi FGD, seminar, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi partisipatif. Hasilnya adalah peningkatan pemahaman literasi digital melalui pre- test dan post- test dari semula di skala 45-50 menjadi 70-80, menghasilkan akun marketplace UMKM Berkah Jaya, kemasan produk lebih inovasi, dan mampu membuat dan memahami pencatatan keuangan. Sehingga UMKM mitra mengetahui nilai laba usaha dan efektivitasnya. Program ini sukses mendorong transformasi digital dan manajerial UMKM serta pemberdayaan ekonomi lokal berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM; Digitalisasi; Pelatihan; Manajemen Usaha; Pemberdayaan Ekonomi Lokal

ABSTRACT

Sukalaksana Sub-district, located in Curug District, Serang City, is predominantly home to household-based MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) that face challenges related to digitalization, business management, and market access. Limited digital literacy and lack of training are the primary obstacles. This program aims to enhance the capacity of MSMEs through training in digital marketing, financial management, packaging design, and appropriate technology. The methods include observation focus group discussions (FGDs), seminars, training sessions, mentoring, and participatory evaluations. The results show an improvement in digital literacy, as measured by pre- and post-tests, with scores increasing from 45–50 to 70–80. The program led to the creation of the “UMKM Berkah Jaya” marketplace account, more innovative product packaging, and improved ability to create and understand financial records. As a result, partner MSMEs are now able to identify their business profits and assess operational effectiveness. This program successfully promoted digital and managerial transformation of MSMEs and contributed to sustainable local economic empowerment.

Keywords: MSMEs; Digitalization; Training; Business Management; Local Economic Empowerment

PENDAHULUAN

Perekonomian masyarakat desa atau kelurahan di Indonesia pada umumnya masih didominasi oleh sektor informal, dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu tulang punggung utama dalam menopang kegiatan ekonomi lokal. Menurut siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian



Republik Indonesia (2021), UMKM menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. UMKM terbukti menjadi penggerak utama ekonomi yang belum tersentuh modernisasi secara optimal (Pahrijal et al., 2024).

Salah satu wilayah yang mencerminkan kondisi tersebut adalah Kelurahan Sukalaksana, Kota Serang, di mana sebagian besar penduduk menggantungkan hidup dari usaha kecil berbasis rumah tangga seperti keripik pisang, keripik singkong, tape, serta kerajinan anyaman bambu. Potensi ekonomi dari produk-produk tersebut cukup besar karena berbasis pada kearifan lokal dan warisan keterampilan tradisional (Susilowati et al., 2024). Namun, keterbatasan dalam penguasaan teknologi, minimnya pengetahuan tentang pencatatan keuangan, manajemen usaha, dan sulitnya menjangkau pasar yang lebih luas menjadi tantangan utama dalam pengembangannya (Ramdhan, Fuad. & Anwari, 2023).

Dalam konteks transformasi digital saat ini, adopsi teknologi informasi seperti media sosial, platform marketplace, dan aplikasi keuangan digital merupakan peluang penting untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar UMKM (Iskandar et al., 2025). Sayangnya, tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM di wilayah perdesaan atau semi-perkotaan masih tergolong rendah (Syah et al., 2025). Banyak pelaku usaha belum memahami strategi branding, penggunaan konten visual, hingga penyusunan narasi produk yang menarik di media digital (Febri et al., 2025).

Permasalahan lain yang muncul adalah kurangnya akses terhadap pelatihan berkala dan lemahnya jejaring komunitas UMKM lokal, yang menyebabkan stagnasi dalam pengembangan bisnis (Kurnia & Indriani, 2025). Menurut Pradiptya et al., (2024), pembinaan UMKM yang terstruktur melalui pelatihan pemasaran digital dan literasi finansial terbukti mampu meningkatkan daya saing usaha lokal secara signifikan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi besar untuk mendorong peningkatan kesejahteraan ekonomi, khususnya bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah (Saefullah et al., 2024).

Program pengabdian kepada masyarakat yang diusung dalam kegiatan ini bertajuk "Membangun UMKM Tangguh dan Berdaya Saing di Era Digital untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga". Program ini dilatarbelakangi oleh realitas bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Sukalaksana menjalankan usahanya secara konvensional dalam aspek produksi, distribusi, dan pengelolaan keuangan. Penelitian Rinaldi, Kamil et al. (2022) menunjukkan bahwa pendampingan digital berbasis media sosial dan e-commerce berdampak positif dalam meningkatkan visibilitas dan transaksi usaha kecil. Tujuan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk memberikan wawasan literasi digital, untuk memberikan wawasan dan melatih membuat rancangan kemasan produk yang menarik, identitas usaha, melatih pelaku UMKM dalam pengambilan gambar produk, hingga bertujuan dalam proses branding. Selain itu, untuk melatih pelaku UMKM dalam memasarkan produknya secara digital, dan memberikan bantuan mesin teknologi tepat guna dan

cara penggunaannya, dan untuk memberikan wawasan dan melatih pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi keuangan siApik yang dapat di export menjadi Excel atau pencatatan keuangan sederhana agar pelaku UMKM dapat mengetahui nilai dari keuntungan usahanya.

Solusi yang ditawarkan dalam program ini mencakup pelatihan pemasaran digital, penggunaan aplikasi keuangan seperti siApik atau Excel, pelatihan desain kemasan, fotografi produk, hingga strategi branding berbasis *storytelling*. Saputra et al. (2024) menegaskan bahwa integrasi pelatihan digital marketing dan inovasi desain produk dapat memperluas jaringan konsumen dan meningkatkan omzet UMKM. Seluruh kegiatan dilakukan secara partisipatif dan kontekstual melalui metode observasi, diskusi kelompok terfokus (FGD), pelatihan praktik, dan pendampingan intensif. Model ini sejalan dengan pendekatan *service learning* yang mengutamakan keterlibatan langsung masyarakat dalam proses pembelajaran sosial (Maisirata, Pasifikus. & Pelealu, 2025).

Dengan pendekatan yang terstruktur dan berbasis pada kebutuhan riil masyarakat, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan literasi digital, penguatan manajemen usaha, serta peningkatan pendapatan rumah tangga berbasis UMKM (Purwanto, Sugeng. & Revaldo, 2023).

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Sukalaksana, Kota Serang, dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui metode *Participatory Action Research* (PAR), yang meliputi observasi lapangan *Focus Group Discussion* (FGD), seminar dan pelatihan, pendampingan (advokasi), serta monitoring dan evaluasi. Analisa awal melalui pre-test menunjukkan bahwa tingkat literasi digital dan pemahaman manajemen keuangan para pelaku UMKM masih berada pada kategori rendah, dengan rata-rata skor berkisar antara 45 hingga 50. Temuan ini menjadi dasar dalam merancang materi dan metode pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan lapangan. Pendekatan partisipatif ini juga membantu menggali tantangan yang dihadapi UMKM secara lebih mendalam dan menyusun strategi yang tepat sasaran. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan sekaligus menghasilkan solusi aplikatif bagi UMKM penerima manfaat (Putrie et al., 2025).

Metode pendidikan masyarakat tampil melalui seminar dan pelatihan interaktif yang meningkatkan pemahaman UMKM mengenai transformasi digital, strategi branding, dan pemasaran digital. Contohnya, dalam kegiatan pendampingan digital marketing, penerapan materi secara langsung berbasis praktik terbukti memudahkan pelaku usaha dalam mengelola konten visual dan marketplace (Putrie et al., 2025; Diawati et al., 2023). Seminar ini dengan menghadirkan narasumber dosen Universitas Bina Bangsa yaitu, Rika Kartika, Encep Sefullah, Popi Dayurni, dan melibatkan beberapa mahasiswa Universitas Bina Bangsa.

Fokus utama seminar meliputi:

a. Pemasaran Digital

Seminar literasi digital dan pelatihan pemasaran digital yang diberikan mencakup pembuatan akun untuk media sosial dan pemanfaatan e-commerce, Strategi promosi digital guna membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas (Putrie et al., 2025).

b. Manajemen Keuangan Sederhana Dan Manajemen Usaha

Melalui pelatihan pencatatan keuangan, pelaku UMKM didorong untuk meningkatkan pemahaman terkait kondisi keuangan usaha yang sehat, yang dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat untuk kemajuan usaha (Silvia et al., 2025).

c. Desain Kemasan Dan Visualisasi Produk

Pendampingan yang difokuskan pada pengembangan desain kemasan dan teknik fotografi produk memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan citra merek dan daya tarik visual di platform digital (Putrie et al., 2025; Sayekti et al., 2023)

Pendekatan difusi ipteks diwujudkan dengan transfer teknologi tepat guna melalui pemberian alat atau aplikasi digital untuk mendukung operasional UMKM, seperti pencatatan digital dan manajemen akun jejaring marketplace (Silvia et al., 2025). Selain itu, Pendampingan intensif (advokasi) mendukung penerapan materi seperti pembuatan akun Shopee, optimalisasi konten, branding digital, serta pelaporan keuangan yang bisa diekspor ke dalam data Excel untuk evaluasi keuntungan (Kamil et al., 2022). Akhirnya, monitoring dan evaluasi partisipatif menjadi alat refleksi dan perbaikan berkelanjutan yang turut meningkatkan rasa memiliki dan adopsi pengetahuan baru secara lebih mendalam oleh pelaku UMKM (Putrie et al., 2025).

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Sukalaksana, Kota Serang, telah berhasil mengimplementasikan berbagai program intervensi yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan era digital. Seluruh tahapan kegiatan berjalan sesuai rencana, mulai dari penyuluhan, pelatihan, hingga pendampingan, dengan partisipasi aktif dari mitra UMKM seperti UMKM Keripik Pisang dan Keripik Singkong. Berdasarkan tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan diperoleh hasil kegiatan sebagai berikut :

a. Peningkatan Literasi Digital dan Keterampilan Mitra

Hasil kuantitatif yang diperoleh melalui pre-test dan post-test sederhana menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap materi digitalisasi usaha. Rata-rata nilai pre-test peserta berada di kisaran 45–55

(skala 0–100), sementara nilai post-test meningkat menjadi 70–80. Peningkatan wawasan mengenai literasi digital dalam dunia usaha ini menunjukkan bahwa seminar yang dilakukan berhasil meningkatkan pemahaman literasi digital pelaku UMKM, khususnya dalam pemanfaatan marketplace untuk promosi produk. Sebagian besar mitra yang sebelumnya belum memiliki akun digital usaha, kini telah memiliki akun di platform seperti di shoppe, serta mampu mengunggah produk mereka secara mandiri.

b. Hasil Luaran Desain Kemasan Produk, Pengambilan Gambar Produk, dan Identitas Usaha

Secara kualitatif, hasil dari penyuluhan desain kemasan dan fotografi produk menunjukkan adanya perubahan positif pada visualisasi dan daya tarik produk. Produk keripik yang sebelumnya dikemas secara sederhana, kini telah menggunakan kemasan berlabel yang lebih baik dan higienis. Penggunaan kemasan yang lebih baik atau inovatif, disertai logo dan brand produk. Setelah itu, mendokumentasikan produk tersebut untuk dipromosikan di akun shopee. Selain itu juga dengan memberikan sekaligus pemasangan spanduk UMKM Keripik Singkong dan Pisang.

c. Hasil Luaran Pemasaran secara Digital untuk Produk dan Teknologi Tepat Guna

Luaran yang dihasilkan dalam kegiatan ini yaitu akun marketplace usaha aktif yang didaftarkan pada shopee. Selain itu, penyerahan mesin teknologi tepat guna alat pemotong singkong dan pisang untuk UMKM kerpik pisang dan singkong dan memberikan penjelasan, sekaligus praktik cara penggunaan mesin pemotong tersebut.

d. Hasil Luaran Pencatatan Keuangan Sederhana

Dalam kegiatan ini memberikan kontribusi positif untuk pelaku UMKM dalam memahami kondisi keuangan usahanya, sehingga pelaku UMKM dapat mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh dalam kegiatan usahanya. Saalah satu contohnya, UMKM keripik pisang dan singkong, setelah dilakukan pencatatan keuangan sederhana kegiatan usahanya memperoleh keuntungan sebesar Rp. 453.000, 00 per hari.

c. Faktor Pendorong dan Hambatan

Faktor pendorong keberhasilan kegiatan ini antara lain semangat belajar dan keterbukaan pelaku UMKM terhadap teknologi baru, dukungan dari aparatur kelurahan, dan kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan nyata mitra. Namun, terdapat beberapa hambatan, seperti keterbatasan alat (ponsel cerdas yang kurang mendukung), jaringan internet, keterbatasan mitra dalam hal pengoperasian alat teknologi, dan keterbatasan waktu.



Gambar 1. Survei Awal Ke Lokasi Mitra



Gambar 2. Pelaksanaan Seminar Pengabdian kepada Masyarakat



Gambar 3. Penyerahan Teknologi Tepat Guna Alat Pemotong Singkong dan Pisang Kepada Ibu Santinah Pemilik UMKM Keripik Singkong dan Pisang didampingi oleh Ibu Lurah



Gambar 4. Pemasangan Spanduk UMKM



Gambar 5. Pengemasan, Pelebelan, Pengunggahan Produk ke Marketplace Shopee

Tabel 1. Tabel Laporan Keuangan UMKM Berkah Jaya Dalam Periode Satu Bulan

UMKM BERKAH JAYA LAPORAN LABA RUGI PERIODE 31 AGUSTUS 2025		
KETERANGAN	Rp	Rp
Pendapatan		Rp 37,750,000
Biaya-biaya :		
Biaya Tenaga Kerja	Rp 6,250,000	
Biaya Bahan Baku	Rp 19,125,000	
Biaya Listrik	Rp 300,000	
Biaya Transportasi	Rp 500,000	
Total Biaya		Rp 26,175,000
Laba		Rp 11,325,000

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa UMKM Berkah Jaya dalam periode satu bulan dengan perhitungan 25 hari kerja memperoleh keuntungan sebesar Rp. 11.325.000, sehingga keuntungan dalam satu hari diperoleh sebesar Rp. 453.000. Keuntungan yang diperoleh ini dapat lebih dioptimalkan dengan adanya inovasi kemasan, mesin teknologi tepat guna berupa mesin pemotong singkong dan pisang, spanduk UMKM, akun shopee yang dapat menjangkau pasar lebih luas, sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga melalui peningkatan penjualan produk.

Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil memberikan solusi yang aplikatif dan *relevan* terhadap permasalahan mitra. Luaran berupa pemberian Teknologi Tepat Guna dan spanduk kepada Mitra, keterampilan digital, produk promosi, kemasan, dan pencatatan keuangan menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya berdampak pada pengetahuan, tetapi juga pada penguatan identitas usaha dan jejaring mitra. Hasil ini menjadi dasar bagi pengembangan program lanjutan yang lebih berkelanjutan dan berbasis kolaborasi lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Sukalaksana, Kota Serang, telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan digital. Peningkatan ini tercermin dari hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan pemahaman yang lebih baik terhadap literasi digital dan keterampilan manajerial. mitra UMKM kini mampu memanfaatkan marketplace seperti Shopee untuk memasarkan produknya, memiliki desain kemasan yang lebih menarik, serta memahami pentingnya pencatatan keuangan sederhana untuk mengetahui keuntungan usaha secara pasti. Selain itu, pemberian alat pemotong singkong dan pisang sebagai teknologi tepat guna turut meningkatkan efisiensi produksi.

Sebagai tindak lanjut, disarankan adanya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan UMKM dapat mengoptimalkan akun digital yang telah dimiliki, serta terus mengembangkan keterampilan dalam pemasaran online dan pengelolaan keuangan. Pelatihan lanjutan juga dapat difokuskan pada manajemen usaha, pengembangan produk, dan pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi jangka panjang. Kolaborasi dengan instansi pemerintah, perguruan tinggi, dan pelaku industri juga penting untuk memperluas jejaring serta mendukung keberlanjutan usaha para pelaku UMKM di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Kelurahan Sukalaksana, Kecamatan Curug, Kota Serang, seluruh mitra UMKM, serta seluruh masyarakat Kelurahan Sukalaksana atas dukungan, kerja sama, dan partisipasinya dalam menyukseskan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Kehadiran, keterlibatan, dan semangat kebersamaan dari seluruh pihak telah menjadi faktor penting dalam kelancaran dan keberhasilan kegiatan ini.

Tim pengabdian kepada masyarakat sangat menghargai setiap kontribusi yang telah diberikan, baik dalam bentuk waktu, tenaga, maupun pemikiran. Semoga sinergi yang telah terjalin ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan masyarakat, khususnya dalam pemberdayaan UMKM dan peningkatan perekonomian warga di Kelurahan Sukalaksana. Sekali lagi, diucapkan terima kasih atas segala dukungan dan kepercayaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Diawati, P., Triputranto, B., Juwita, R., Suwarma, Dina. Mayadiana., & Jenuri, J. (2023). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Platform E Commerce Dalam Memajukan Perekonomian. *Community Development. Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19660>
- Febri, F. Y., Permatasari, D., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2025). *Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk UMKM Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar*. 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v3i2.1969>
- Iskandar, A., Gazali, Sanii., & Prihanisetyo, A. (2025). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Digitalisasi: Implementasi Program Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Balikpapan. *Kegiatan Positif Jurnal Hasil Karya Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/https://journal.arimbi.or.id/index.php/Kegiatanpositif/article/view/1969>
- Kamil, I. iyat., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, Jemi., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Platform E Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*,

- 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/%2520umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Kurnia, M. I., & Indriani, R. (2025). Peran Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Dalam Meningkatkan Kinerja UKM. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 6(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i4.7283>
- Maisirata, Pasifikus., & & Pelealu, D. R. (2025). Optimalisasi Pengelolaan Usaha Komunitas UMKM Melalui Strategi Pelatihan Dan Pendampingan Berbasis Kebutuhan. *Lebah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 18(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.35335/lebah.v18i4.349>
- Pahrijal, R., Ardhiyansyah, A., Budiman, D., Rahmawati, Y. D., Hermawan, I., Juniarso, Andri, & & Gumelar, T. M. (2024). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan: Strategi Pemberdayaan Umkm Berbasis Komunitas Di Desa Cikahuripan Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Pengabdian West Science*, 3(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/jpws.v3i04.1104>
- Pradiptya, A., Kusumawati, Citra. Andriani., & & Ariefiantoro, T. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Pemasaran Produk Pada Kelompok UMKM. *Urnal Indonesia Inovasi Ekonomi (JI2E)*, 1, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/ji2e.v1i2.9415>
- Purwanto, Sugeng., & & Revaldo, M. T. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Kapasitas UMKM Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. *Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.59841/jurai.v1i2.99>
- Putrie, R. A., Nainggolan, Hermin., & & Mardhotillah, B. (2025). Pendampingan Manajemen UMKM Melalui Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Kualitas Produk. *Community Development. Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v6i2.36467>
- Ramadhan, Fuad., & & Anwari, M. K. (2023). Pelatihan Literasi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kuliner Kota Pontianak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i2.6281>
- Saefullah, E., Kartika, R., & Dayurni, P. (2024). *Pengembangan bisnis pada kelompok UMKM "Mutiar Subur Jaya"*. 4(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.70609/icom.v4i4.5556>
- Saputra, D. A., Desweni, S. P., Mahfuzoh, A., Muslihin, A., Dahlia, R., Indriantika, V., Ramadhani, A. R., Dilla, Dilla., & & Rakha, M. (2024). *Peningkatan Mutu UMKM Melalui Pelatihan Desain Grafis Dan Digital Marketing Di Kelurahan Batupanjang*. 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.62567/micjo.v1i2.101>
- Sayekti, Y., Purnamawati, Indah., Irmadariyani, R., Irawan, Bambang., & & Agustini, A. T. (2023). Pendampingan Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Sentra Tape Di Desa Tegalwaru Kabupaten Jember. *AJAD:*

- Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.59431/ajad.v3i2.180>
- Silvia, D., Salma, N., Khoirina, S., Surya, M. R. E., Reny, A., Merinda, Shinta., & Warisi, D. (2025). Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Dan Pencatatan Keuangan Sederhana Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Universitas (JPU)*, 4(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.36448/jpu.v4i1.90>
- Susilowati, U. D., Khatijah, Nur. Agustina., & Nabila. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Pemanfaatan E-Commerce Untuk Optimalisasi Penjualan Umkm Keripik Sukun Holifah Sari Pajarakan. *Jurnal Digital Marketing*, 7(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31850/jdm.v7i2.3706>
- Syah, S., Asrofi, A., & Hidayatullah, A. R. (2025).). Pelatihan UMKM Dalam Menghadapi Tantangan Pemasaran Di Era Digital: Studi Kasus UMKM Desa Sepulu, Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan. *NBER: Indonesian Business and Entrepreneurship Review*, 3(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/inber.v3i1.719>