

Meningkatkan Daya Saing UMKM Desa Gandasoli: Pendekatan *Door-To-Door* dalam Penggunaan Pemasaran Digital dan Penyuluhan Legalisasi

Johan Tanaya¹, Deden Saepudin², Eti Jumiati^{3*}, Risman Syafarullah⁴, M. Rifki Mulyana⁵, Riski Taufik Hidayat⁶

^{1,2,3,4,5,6}STAI Al-Muhajirin, Gg. Kenanga 2 No.155, Kec. Purwakarta, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat

E-mail: etipwk2024@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2827>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 August 2025

Revised: 28 August 2025

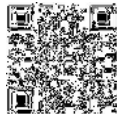
Accepted: 17 September 2025

Kata Kunci:

Literasi, Kesehatan
Reproduksi, Remaja,
Kearifan Lokal, Edukasi,
Budaya

Keywords:

Literacy, Reproductive
Health, Youth, Local
Wisdom, Education, Culture



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan meningkatkan daya saing UMKM di Desa Gandasoli, Kecamatan Plered, Purwakarta, melalui pengabdian masyarakat berbasis pemasaran digital dan pengelolaan keuangan syariah. Metode yang digunakan adalah wawancara door-to-door dengan lima pelaku UMKM, dilanjutkan sosialisasi pemasaran digital, pengurusan NIB, sertifikasi halal, dan keuangan syariah. Data dianalisis menggunakan NVivo 12 Plus serta dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Hasil menunjukkan UMKM menghadapi kendala pada pemahaman pemasaran digital, keuangan sehat, dan legalitas usaha, namun peluang terbuka melalui pelatihan, literasi keuangan syariah, dan pendampingan legalitas. Pemasaran digital memperluas pasar, sementara keuangan syariah mendukung keberlanjutan usaha. Program ini memberi solusi praktis bagi UMKM Gandasoli serta menegaskan pentingnya kolaborasi pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat untuk pemberdayaan UMKM di era digitalisasi.

This study aims to improve the competitiveness of MSMEs in Gandasoli Village, Plered District, Purwakarta, through community service based on digital marketing and Islamic financial management. The method used was door-to-door interviews with five MSMEs, followed by socialization of digital marketing, NIB management, halal certification, and Islamic finance. Data were analyzed using NVivo 12 Plus and compared with previous research. The results show that MSMEs face obstacles in understanding digital marketing, sound finance, and business legality, but opportunities are open through training, Islamic financial literacy, and legal assistance. Digital marketing expands the market, while Islamic finance supports business sustainability. This program provides practical solutions for MSMEs in Gandasoli and emphasizes the importance of collaboration between the government, educational institutions, and the community to empower MSMEs in the digital era.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Johan Tanaya, et al (2025). Meningkatkan Daya Saing UMKM Desa Gandasoli: Pendekatan *Door-To-Door* dalam Penggunaan Pemasaran Digital dan Penyuluhan Legalisasi, 4 (1) 6285-6293. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2827>

PENDAHULUAN

Desa Gandasoli, yang terletak di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta, memiliki potensi besar dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM di desa ini bergerak di berbagai sektor seperti pertanian, kerajinan, dan perdagangan, yang menjadi pilar utama dalam perekonomian lokal. Namun, meskipun UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian daerah, banyak pelaku UMKM di Desa Gandasoli menghadapi tantangan yang menghambat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Beberapa tantangan ini meliputi keterbatasan akses terhadap pembiayaan, ketergantungan pada sumber daya manusia yang terbatas, serta kurangnya pemahaman terhadap

teknologi digital dan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing (Banerjee, 2023; Gamundoy, Bucal, & Em, 2020; Salsabila et al., 2024).

Studi oleh Räsänen dan Tuovinen (2020) menunjukkan bahwa digitalisasi menawarkan peluang baru bagi usaha mikro di daerah pedesaan, meskipun adopsi teknologi seringkali terkendala oleh kurangnya infrastruktur dan keterampilan. Di sisi lain, Vinayachandran (2024) menemukan bahwa kompetensi yang diperlukan oleh UMKM untuk bersaing sering kali berkembang dengan lambat di daerah pedesaan, meskipun ada potensi besar untuk mengadopsi inovasi dan praktik sumber daya manusia yang dapat meningkatkan kinerja mereka. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Gandasoli, penting bagi para pelaku UMKM untuk mendapatkan pelatihan dalam hal pengelolaan keuangan, pemasaran digital, dan teknologi informasi, serta dukungan dari kebijakan pemerintah yang lebih mendukung (Banerjee, 2023; Salsabila et al., 2024).

Melalui penerapan strategi yang tepat, seperti pemanfaatan teknologi digital dan inovasi produk, UMKM di Desa Gandasoli dapat mengatasi tantangan yang dihadapi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar global (Räsänen & Tuovinen, 2020).

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh UMKM di Desa Gandasoli adalah kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital. Sebagian besar pelaku UMKM masih bergantung pada metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung atau menggunakan media tradisional, yang membatasi kemampuan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh Haris (2024), meskipun pemasaran berbasis digital dapat memberikan keuntungan signifikan bagi UMKM, tantangan besar seperti terbatasnya infrastruktur dan keterbatasan keterampilan digital menghambat pengembangan pasar mereka. Hal ini juga tercermin dalam penelitian Barman dan Mahanta (2025), yang menunjukkan bahwa banyak UMKM di daerah pedesaan, seperti di Assam, India, belum sepenuhnya mengadopsi pemasaran digital, dengan penggunaannya yang terbatas pada media sosial dan email marketing.

Dalam hal ini, penelitian oleh Basri et al. (2023) menggarisbawahi pentingnya penerapan teknologi digital dalam pemasaran UMKM untuk meningkatkan daya saing. Mereka menekankan bahwa penggunaan media sosial dan platform digital lainnya memiliki potensi besar untuk membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya rendah dan efektif. Namun, penerapan strategi pemasaran digital ini memerlukan pelatihan intensif dan peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, yang sering kali belum siap menghadapi tantangan digitalisasi (Barman & Mahanta, 2025; Haris, 2024). Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing, UMKM di Desa Gandasoli perlu diberdayakan dengan pengetahuan dan keterampilan digital yang dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan efektivitas pemasaran mereka di era digital ini.

Pelaku UMKM di Desa Gandasoli juga menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan usaha mereka, terutama terkait dengan pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Banyak dari mereka yang belum memahami dengan baik prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang dapat menghindarkan mereka dari praktik riba, yang bisa merugikan usaha dalam jangka panjang. Ketidaktahuan tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat dan sesuai dengan prinsip syariah ini menyebabkan banyak UMKM terjebak dalam lingkaran hutang yang tidak produktif. Penelitian oleh Buyondo (2024) menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip keuangan syariah, seperti larangan riba dan investasi halal, memiliki hubungan positif dengan kinerja UMKM, dan dapat membantu mereka mengelola keuangan dengan lebih baik.

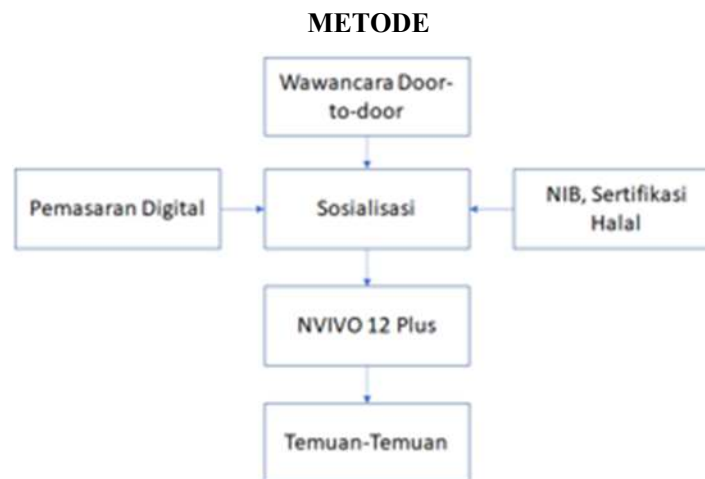
Selain itu, studi oleh Sulhan Pratikto (2025) menyoroti pentingnya literasi keuangan syariah di kalangan pelaku UMKM, yang akan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola arus kas dan menghindari perilaku keuangan yang tidak sesuai dengan prinsip Islam. Hal serupa juga ditemukan oleh Rohayati dan Qolbi (2022), yang menunjukkan bahwa pengetahuan tentang keuangan syariah dapat mendorong para pelaku UMKM untuk lebih bijaksana dalam mengelola utang dan mencari sumber pendanaan yang halal. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM di Desa Gandasoli untuk memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip keuangan syariah, guna memastikan keberlanjutan dan kesehatan keuangan usaha mereka dalam jangka panjang.

Untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Gandasoli, diperlukan suatu pendekatan yang dapat memberdayakan mereka, terutama melalui penggunaan pemasaran digital yang lebih efektif dan penyuluhan tentang pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Mengingat banyak pelaku UMKM yang belum terbiasa dengan teknologi digital, pendekatan door-to-

door atau langsung ke rumah-rumah usaha menjadi pilihan yang tepat. Pendekatan ini memungkinkan pelaku UMKM untuk mendapatkan pendampingan secara langsung, sehingga mereka dapat memahami dan mengimplementasikan pemasaran digital dengan lebih baik. Sebagai contoh, penelitian oleh Rizki dan Hendarman (2024) menunjukkan bahwa pemberdayaan literasi keuangan dan digital secara langsung dapat meningkatkan ketahanan UMKM di Bandung, dengan fokus pada pelatihan pemasaran digital dan keterampilan membuat konten video untuk e-commerce.

Selain itu, Husni Noor dan Sriyono (2024) menekankan pentingnya literasi keuangan dan digital dalam memperkuat daya tahan UMKM, terutama di masa krisis. Mereka menemukan bahwa peningkatan literasi ini dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM dan memperluas pasar mereka melalui pemasaran online. Berdasarkan penelitian Perdana et al. (2024), yang mencakup program pemberdayaan finansial dan digital di Bandung, UMKM yang terlibat dalam pelatihan berbasis teknologi finansial (fintech) menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas manajerial dan akses ke pendanaan yang lebih baik. Oleh karena itu, untuk memajukan UMKM di Desa Gandasoli, perlu adanya sinergi antara penyuluhan digital marketing, pengelolaan keuangan syariah, serta pendekatan langsung yang membantu mereka beradaptasi dengan perubahan pasar yang semakin berbasis teknologi.

Melalui pengabdian ini, diharapkan UMKM di Desa Gandasoli dapat meningkatkan daya saing mereka, memanfaatkan teknologi digital secara optimal, dan mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih bijak dan sesuai dengan prinsip syariah, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi desa yang lebih berkelanjutan.



Gambar 1. Prosedur Pengabdian Kepada Masyarakat

Metode pengabdian masyarakat yang dilakukan diawali dengan wawancara door-to-door kepada lima pelaku UMKM di Desa Gandasoli. Dalam wawancara ini, dilakukan sosialisasi terkait dengan pemasaran digital, pentingnya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), serta pentingnya sertifikasi halal bagi produk yang mereka tawarkan. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memahami pemahaman mereka mengenai hal-hal tersebut dan memberikan edukasi yang relevan untuk meningkatkan daya saing usaha mereka.

Selanjutnya, hasil wawancara yang diperoleh dari para pelaku UMKM tersebut diolah menggunakan NVivo 12 Plus. Data kualitatif yang diperoleh dari wawancara ini, seperti transkrip wawancara dan catatan observasi, dimasukkan ke dalam NVivo untuk dianalisis lebih lanjut. Proses pengkodean dilakukan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul, seperti pemasaran digital, proses pengurusan NIB, sertifikasi halal, serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM (Bapat, D. (2021).

Hasil dari analisis ini kemudian dibandingkan dan disandingkan dengan penelitian terdahulu yang membahas tentang tantangan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, pentingnya literasi keuangan syariah, dan penerapan pemasaran digital di daerah pedesaan. Hal ini bertujuan untuk melihat sejauh mana hasil pengabdian ini sejalan dengan temuan-temuan yang ada dalam penelitian sebelumnya, serta untuk memberikan rekomendasi yang lebih tepat guna bagi pelaku UMKM di Desa Gandasoli (Rujitoningtyas, C. N., et al.,2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Word Cloud



Gambar 2. Word Cloud

Word cloud hasil wawancara dalam pengabdian masyarakat ini menunjukkan fokus utama pada usaha dan pemasaran, dengan harapan besar untuk meningkatkan daya saing melalui pemasaran digital. Meskipun terdapat kesadaran tentang pentingnya produk dan digital, banyak pelaku UMKM menghadapi kendala seperti kurangnya pengetahuan teknologi dan infrastruktur yang terbatas. Munculnya kata harapan mengindikasikan keinginan mereka untuk berkembang, termasuk melalui sertifikasi halal yang dianggap penting untuk memperluas pasar. Secara keseluruhan, word cloud ini mencerminkan tantangan dan harapan pelaku UMKM Desa Gandasoli dalam beralih ke digitalisasi untuk meningkatkan daya saing mereka.

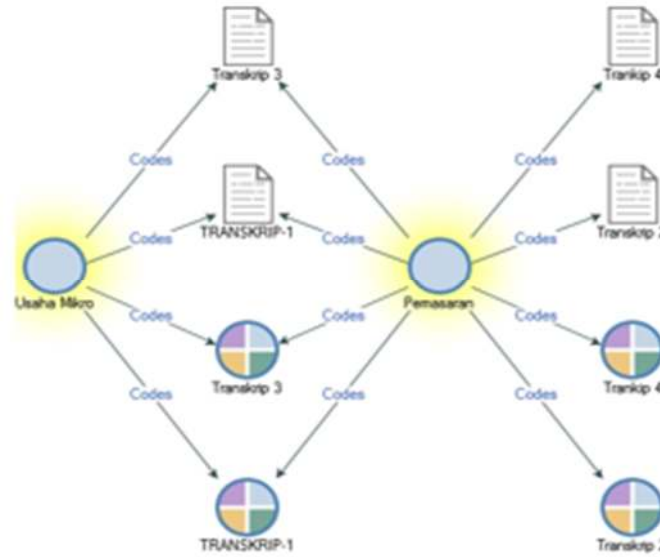
Concept Map Produk Usaha Mikro



Gambar 3. Concept Map Usaha Mikro

Concept map ini menggambarkan lima jenis usaha mikro yang diwawancarai di Desa Gandasoli. Di pusat peta konsep terdapat Usaha Mikro UMKM Gandasoli, yang mencakup lima usaha berbeda. Pertama, ada Anyaman, yang berfokus pada pembuatan produk anyaman seperti tikar dan tas dari bahan alami. Kedua, Eggroll & Kue Basah, usaha yang bergerak dalam pembuatan jajanan ringan seperti eggroll dan kue basah yang banyak dijual di pasar lokal. Ketiga, Tahu dan Tempe, yang memproduksi makanan khas Indonesia berbahan dasar kedelai, sangat populer untuk konsumsi sehari-hari. Keempat, Dodol, usaha pembuatan dodol, makanan khas yang sering dijual dalam jumlah besar di pasar atau acara-acara tertentu. Terakhir, Rengginang, usaha pembuatan rengginang, camilan berbahan ketan yang digoreng dan sering dijadikan makanan ringan. Setiap usaha mikro ini menunjukkan keragaman produk di Desa Gandasoli, yang mencakup makanan khas dan kerajinan lokal, serta memberikan kontribusi penting terhadap perekonomian desa.

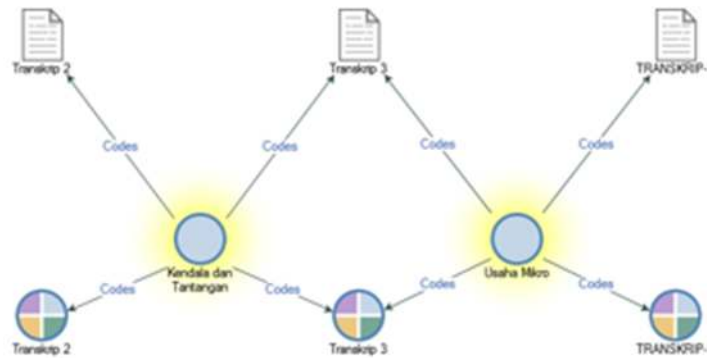
Comparison Diagram Antara Usaha Mikro dengan Pemasaran



Gambar 4. Comparison Diagram

Diagram perbandingan ini menggambarkan hubungan antara berbagai transkrip wawancara dengan dua kategori utama: Usaha Mikro dan Pemasaran. Setiap transkrip (misalnya, Transkrip 1, Transkrip 2, Transkrip 3, dan Transkrip 4) dikodekan dan terhubung dengan kedua kategori ini, yang menunjukkan bahwa tema Usaha Mikro dan Pemasaran adalah pusat dalam analisis data kualitatif. Setiap transkrip terhubung dengan kode-kode tertentu yang mewakili tema-tema yang muncul selama wawancara, dengan Transkrip 1 dan Transkrip 3 lebih berfokus pada Usaha Mikro, sementara Transkrip 2 dan Transkrip 4 terkait dengan Pemasaran. Diagram ini menunjukkan bagaimana tema-tema utama dari berbagai wawancara dipetakan dan dianalisis untuk memberikan wawasan tentang pengelolaan usaha dan penerapan pemasaran pada UMKM.

Comparison Diagram Antara Usaha Mikro dengan Kendala dan Tantangan



Gambar 5. Comparison Diagram

Diagram perbandingan ini menunjukkan hubungan antara beberapa transkrip wawancara dengan dua kategori utama: kendala dan tantangan serta usaha mikro. Setiap transkrip (Transkrip 1, Transkrip 2, dan Transkrip 3) terhubung dengan kode-kode tertentu yang mewakili tema-tema yang muncul selama wawancara. Kategori kendala dan tantangan terkait dengan masalah yang dihadapi oleh UMKM dalam mengelola usaha mereka, yang mencakup hambatan-hambatan yang muncul dalam proses operasional dan pengembangan usaha. Sementara itu, kategori usaha mikro berfokus pada pengelolaan dan strategi yang digunakan oleh pelaku UMKM untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka. Diagram ini memberikan gambaran bagaimana berbagai wawancara yang dilakukan dapat dianalisis

untuk memahami kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM serta langkah-langkah yang mereka ambil untuk mengatasi tantangan tersebut dalam menjalankan usaha mereka.

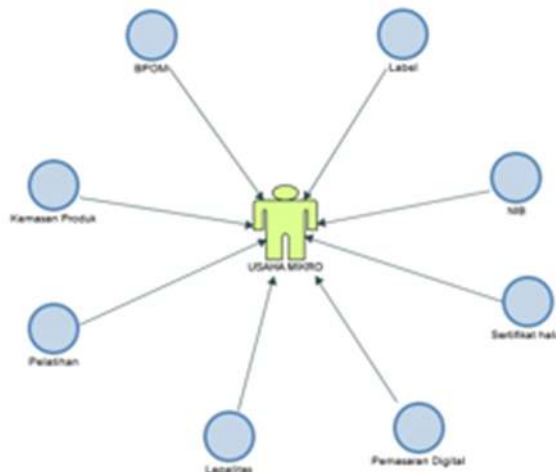
Project Map Meningkatkan Daya Saing UMKM Desa Gandasoli: Pendekatan Door-To-Door Dalam Penggunaan Pemasaran Digital dan Penyuluhan Legalisasi



Gambar 6. *Project Map* Meningkatkan Daya Saing Umkm Desa Gandasoli: Pendekatan *Door-To-Door* Dalam Penggunaan Pemasaran Digital Dan Penyuluhan Legalisasi

Diagram project map ini menunjukkan hubungan antara berbagai kategori dan transkrip wawancara dalam pengabdian masyarakat terkait UMKM di Desa Gandasoli. Kategori utama seperti usaha mikro, pemasaran, NIB, sertifikat halal, BPOM, kemasan produk, pasar tradisional, pemasaran digital, legalitas, pelatihan, dan kendala serta tantangan terhubung dengan berbagai transkrip wawancara (Transkrip 1 hingga Transkrip 5). Diagram ini menggambarkan bagaimana tema-tema terkait pengelolaan usaha, legalitas usaha, tantangan pemasaran, serta sertifikasi yang diperlukan untuk memperkuat daya saing UMKM saling berhubungan. Setiap transkrip memberikan wawasan tentang aspek usaha yang berbeda, mulai dari masalah legalitas seperti NIB dan sertifikasi halal hingga tantangan dalam pemasaran dan pengelolaan produk, serta masalah di pasar tradisional dan digital. Secara keseluruhan, project map ini menggambarkan cara pengolahan data wawancara yang mencakup berbagai aspek penting dalam pemberdayaan UMKM.

Mind Map Usaha Mikro



Gambar 6. *Mind Map* Usaha Mikro

Meningkatkan Daya Saing UMKM Desa Gandasoli: Pendekatan Door-To-Door dalam Penggunaan Pemasaran Digital dan Penyuluhan Legalisasi, Johan Tanaya, Deden Saepudin, Eti Jumiati, Risman Syafarullah, M. Rifki Mulyana, Riski Taufik Hidayat 6291

Diagram *mind map* ini menggambarkan hubungan berbagai kategori yang saling terkait dengan Usaha Mikro sebagai pusatnya. Setiap kategori, seperti Kemasan Produk, BPOM, Label, NIB, Sertifikat Halal, Pemasaran Digital, Legalitas, dan Pelatihan, terhubung langsung dengan Usaha Mikro, menunjukkan elemen-elemen penting yang berperan dalam pengelolaan dan pengembangan usaha mikro. *Mind map* ini mengilustrasikan bagaimana faktor-faktor seperti legalitas usaha, sertifikasi halal, kemasan produk, dan penggunaan pemasaran digital saling mendukung dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro. Setiap elemen ini berperan penting dalam memastikan bahwa UMKM memiliki akses ke pasar yang lebih luas, memenuhi standar kualitas dan regulasi, serta mengadopsi teknologi untuk memperkuat strategi bisnis mereka.



Gambar 7. Informan



Gambar 7. Produk Usaha Mikro

Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Gandasoli melibatkan lima pelaku UMKM dengan berbagai tantangan dan potensi. H. Bahrur menjalankan usaha eggroll dan kue basah yang masih mengandalkan pemasaran tradisional, tanpa NIB dan sertifikasi halal, serta terhambat oleh fluktuasi

harga bahan baku. Abah Husen mengelola usaha rengginang dengan kapasitas terbatas dan pemasaran lokal, serta menghadapi kendala dalam mengakses bahan baku dan pemasaran digital. Bapak Opik menjalankan usaha tahu dan tempe dengan sistem pembayaran fleksibel, namun masih mengandalkan metode tradisional meskipun sudah menggunakan WhatsApp untuk pemesanan. Usaha anyaman Bapak terbatas pada pemasaran lokal dan belum memanfaatkan teknologi digital. Terakhir, Hj. Atih menjalankan usaha dodol yang sudah memiliki NIB dan sertifikat halal, tetapi masih kekurangan izin edar BPOM dan kemasan yang menarik.

Setiap pelaku UMKM menghadapi kendala serupa, seperti keterbatasan pemasaran digital, pengelolaan produk, dan legalitas usaha. Namun, terdapat peluang pengembangan melalui pendampingan, inovasi produk, pemasaran digital, dan perbaikan legalitas usaha. Program pengabdian masyarakat dapat memberikan solusi dengan pelatihan digital marketing, pembuatan kemasan menarik, serta bantuan untuk pengurusan legalitas dan permodalan, yang dapat membantu usaha-usaha ini berkembang dan bersaing lebih luas di pasar regional.

Berdasarkan temuan-temuan dari pelaku UMKM di Desa Gandasoli, beberapa artikel penelitian memberikan wawasan yang relevan mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi pemasaran digital dan pengelolaan legalitas usaha. Salah satunya adalah artikel oleh Choirun Nisaa Rujitoningtyas et al. (2025) yang mengungkapkan tantangan besar yang dihadapi oleh UMKM di daerah pedesaan, terutama terkait dengan literasi digital yang rendah, yang menghambat pemanfaatan teknologi digital untuk mengembangkan usaha. Artikel ini juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara perbankan, pemerintah, dan organisasi masyarakat untuk meningkatkan literasi digital di kalangan UMKM di daerah pedesaan.

Penelitian lain oleh Nihayatu Aslamatis Solekah et al. (2023) membahas bagaimana program digital marketing menggunakan Google Business dan legalisasi usaha melalui NIB, sertifikat halal, dan PIRT dapat membantu memperluas jangkauan pasar UMKM di desa-desa. Penelitian ini sangat relevan dengan kondisi di Desa Gandasoli, di mana pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam memperoleh legalitas dan belum memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal.

Selain itu, studi oleh Salsabila et al. (2024) menyoroti strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui digitalisasi dan pemasaran berbasis media sosial serta penerapan teknologi e-commerce. Ini menggarisbawahi pentingnya pelatihan digital marketing, yang seharusnya diberikan kepada UMKM di Desa Gandasoli agar mereka dapat meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha mereka di pasar yang lebih luas.

SIMPULAN

Kesimpulan dari pengabdian masyarakat di Desa Gandasoli menunjukkan bahwa pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan yang menghambat daya saing mereka, seperti keterbatasan dalam pemasaran digital, pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, serta masalah legalitas usaha. Meskipun demikian, terdapat potensi besar untuk pengembangan usaha melalui pelatihan digital marketing, peningkatan literasi keuangan syariah, dan bantuan dalam mengurus legalitas usaha, seperti NIB dan sertifikasi halal. Program pengabdian ini memberikan pendekatan langsung melalui metode door-to-door untuk membantu UMKM mengadopsi teknologi digital dan meningkatkan pengelolaan keuangan mereka. Dengan dukungan yang tepat, usaha-usaha ini berpotensi untuk berkembang dan bersaing lebih luas di pasar regional, memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi desa yang lebih berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Banerjee, B. (2023). Challenges and Opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises: Navigating the Business Landscape. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*. <https://doi.org/10.37547/tajir/volume05issue05-04>
- Bapat, D. (2021). Exploring the relationship between lifestyle, digital financial element, and digital

- financial services experience. *International Journal of Bank Marketing*.
<https://doi.org/10.1108/ijbm-12-2020-0575>
- Barman, A., & Mahanta, M. (2025). Digital marketing adoption among MSMEs in Assam. *International Research Journal of Multidisciplinary Scope*. <https://doi.org/10.47857/irjms.2025.v06i01.02406>
- Basri, M. A., Siradjuddin, S., & Sudirman, S. (2023). Utilization of digital technology-based marketing for the development of micro, small and medium enterprises. *Economics, Business, Accounting & Society Review*. <https://doi.org/10.55980/ebasr.v2i2.71>
- Buyondo, H. (2024). Islamic finance principles and performance of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Makindye Division Kampala District Central Uganda. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. <https://doi.org/10.1108/imefm-05-2023-0201>
- Gamundoy, L. A., Bucal, R. J., & Em, F. S. (2020). Challenges of Small and Medium Enterprise towards Progress. *JPAIR Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.7719/JPAIR.V42I1.805>
- Haris, A. (2024). Marketing strategies for small and medium enterprises in rural areas. *Advances in Community Services Research*. <https://doi.org/10.60079/acsr.v2i1.338>
- Husni Noor, M. A., & Sriyono, S. (2024). Empowering MSMEs globally with digital literacy and financial resilience strategies. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*. <https://doi.org/10.21070/ijler.v19i2.1124>
- Perdana, P. N., Ngirfan, A., Rahmayani, M. W., Heryah, N., Zarkasyi, M. W., Winarningsih, S., & Sukmadilaga, C. (2024). Inclusive financial empowerment for MSMEs: Strengthening capacity for sustainable growth through digital financial literacy and financing. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. <https://doi.org/10.21009/jpmm.008.2.06>
- Räisänen, J., & Tuovinen, T. (2020). Digital innovations in rural micro-enterprises. *Journal of Rural Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.09.010>
- Rizki, A., & Hendarman, A. F. (2024). Empowering financial and digital literacy to build resilience of MSMEs: Proposed implementation in Bandung City. *International Journal of Current Science Research and Review*. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v7-i10-14>
- Rohayati, S., & Qolbi, T. A. (2022). The influence of Islamic financial literacy on the desire to start micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs). *Syari'ah Economics*. <https://doi.org/10.36667/se.v6i2.1174>
- Rujitoningtyas, C. N., Nugraha, E. R., Laksana, H. D., Apriyanto, Y., & Dewi, N. G. (2025). Enhancing Digital Literacy for Business Development in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through Banking Initiatives at the Rural Level in Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. <https://doi.org/10.47686/jab.v10i02.735>
- Salsabila, A., Adiza, T. N., Irdianti, A. J., & Saraswati, D. (2024). Strategy to Increase the Competitiveness of MSME Businesses in the Era of Digitalization for Rural Communities in the Medan Region of North Sumatra. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi dan Masyarakat*. <https://doi.org/10.47134/jpem.v1i3.409>
- Sulhan Pratikto, S. (2025). Financial behavior dynamics of MSME actors: A contemporary Islamic financial management study on literacy, attitude, intention, personality, and legal aspects. *MILRev: Metro Islamic Law Review*. <https://doi.org/10.32332/milrev.v4i1.10075>
- Vinayachandran, V. (2024). Competitive capabilities and firm performance: A study among small rural firms. *Journal of Governance and Regulation*. <https://doi.org/10.22495/jgrv13i2art16>