

Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital Produk UMKM Papeda Instan

Mutiya Oktariani^{1*}, Acep Fatchuroji²

^{1,2} Pendidikan Ekonomi, Universitas Musamus Merauke, Jl. Kamizaun, Mopah Lama, Rimba Jaya, Kec. Merauke, Kabupaten Merauke, Papua Selatan

E-mail: mutyaoktariani@unmus.ac.id

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3509>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 07 Oct 2025

Revised: 13 Nov 2025

Accepted: 19 Nov 2025

Kata Kunci:

Pemasaran Digital,
Pengelolaan Keuangan,
UMKM Papeda Instan.

Keywords:

Digital Marketing,
Financial Management,
Instant Papeda MSMEs.

ABSTRACT

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Papeda Instan di Kabupaten Merauke melalui pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Kegiatan dilatarbelakangi oleh rendahnya literasi keuangan serta keterbatasan pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha berbasis potensi lokal sago. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan pelatihan klasikal yang dipadukan dengan praktik langsung (*learning by doing*) dan pendampingan berbasis studi kasus (*case-based mentoring*). Evaluasi dilakukan melalui *pre-test*, *post-test*, observasi, wawancara, dan analisis deskriptif terhadap perubahan sikap serta kinerja usaha peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta sebesar 45%, perubahan sikap positif terhadap pemanfaatan media digital sebesar 85%, serta peningkatan omzet penjualan hingga 60% setelah satu bulan pelatihan. Pelatihan ini terbukti efektif dalam memperkuat keterampilan pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi *SiApik* serta pemanfaatan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace*. Kendati masih terdapat keterbatasan waktu pendampingan dan variasi tingkat literasi digital peserta, kegiatan ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi lokal dan membuka peluang pengembangan program pendampingan berkelanjutan bagi UMKM berbasis produk lokal di Papua Selatan.

This community service program aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) producing Papeda Instan in Merauke Regency through training in financial management and digital marketing. The activity was motivated by the low level of financial literacy and the limited utilization of digital technology in developing sago-based local enterprises. The implementation method combined classical training with hands-on practice (learning by doing) and case-based mentoring. Evaluation was conducted through pre-tests, post-tests, observations, interviews, and descriptive analysis of participants' behavioral and business performance changes. The results showed a 45% increase in participants' knowledge, an 85% positive shift in attitudes toward the use of digital media, and a 60% increase in sales turnover within one month after the training. The training proved effective in strengthening MSME actors' skills in financial management using the SiApik application and in utilizing digital marketing strategies through social media and online marketplaces. Despite the limited mentoring duration and varying levels of digital literacy among participants, this program made a significant contribution to local economic empowerment and opened opportunities for the development of sustainable mentoring programs for local product-based MSMEs in South Papua.



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

How to Cite: Mutiya Oktariani, et al (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital Produk UMKM Papeda Instan, 4(2). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3509>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam menopang perekonomian Indonesia karena berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Marlinah, 2020; Singgih, 2007). Di Papua khususnya Papua Selatan, terdapat potensi besar dalam pengembangan produk berbahan dasar Sagu, yang selama ini telah menjadi identitas lokal dan sumber penghidupan masyarakat. Adanya UMKM Papeda Instan menjadikan semangat baru untuk para petani Sagu. Meski demikian, UMKM Papeda Instan masih menghadapi tantangan serius, terutama pada aspek pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran berbasis digital. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk melakukan intervensi yang lebih terstruktur dalam rangka meningkatkan kapasitas usaha agar mampu bersaing di era modern (Hidayat & Mulyani, 2022).

Urgensi dari permasalahan ini terletak pada lemahnya kapasitas pelaku usaha dalam mengelola aspek finansial serta memanfaatkan teknologi digital. Literasi keuangan yang rendah sering kali membuat UMKM kesulitan dalam mengendalikan arus kas, menyusun perencanaan anggaran, dan mengambil keputusan berbasis data (Fatmasari, 2024; Putranto et al., 2024). Padahal, pengelolaan keuangan yang baik merupakan fondasi keberlanjutan usaha (Susanto & Puspitasari, 2021). Di sisi lain, perkembangan teknologi menuntut UMKM untuk beradaptasi melalui strategi pemasaran digital. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing dapat meningkatkan jangkauan konsumen hingga 40% lebih luas dibandingkan metode konvensional (Kurniawati, 2020; Trulline, 2021; Sari & Nugroho, 2023).

Beberapa riset juga menegaskan bahwa pelatihan di bidang pengelolaan keuangan dan pemasaran digital memberikan dampak signifikan bagi peningkatan keterampilan pelaku UMKM. Prasetyo dan Widiastuti (2021) menemukan adanya peningkatan kompetensi dan kesadaran dalam pengelolaan usaha setelah mengikuti pelatihan yang terintegrasi. Hasil serupa ditunjukkan oleh Fuadi et al. (2021) dan Jamil et al. (2022), yang menekankan bahwa strategi digital membuka peluang baru bagi UMKM dalam memperluas pasar, baik secara lokal maupun global. Namun, sebagian besar studi masih menitikberatkan pada salah satu aspek, seperti keuangan atau pemasaran saja, tanpa mengintegrasikan keduanya secara sinergis (Handayani & Putra, 2022).

Kesenjangan (*gap*) muncul karena masih terbatasnya kajian yang secara khusus membahas penguatan kapasitas UMKM berbasis produk lokal khususnya Merauke. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjawab kebutuhan tersebut dengan mengembangkan program pelatihan komprehensif yang mengintegrasikan aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran digital (Rohmah & Widodo, 2023).

Pelatihan yang diusulkan meliputi keterampilan praktis dalam pencatatan arus kas, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta perencanaan alokasi anggaran yang efektif. Selain itu, pelatihan juga menekankan pentingnya pemanfaatan platform digital, khususnya media sosial, sebagai sarana promosi dan strategi penetrasi pasar yang relevan dengan kebutuhan konsumen saat ini. Melalui intervensi ini, diharapkan UMKM Papeda Instan dapat mengelola usaha lebih efisien, memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan daya saing, serta berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat di Kabupaten Maerauke.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan pelatihan klasikal yang dipadukan dengan praktik langsung (*learning by doing*) serta pendampingan berbasis studi kasus (*case-based mentoring*). Kombinasi metode tersebut dirancang untuk mendukung pencapaian tujuan, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Papeda Instan dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran digital.

Tahapan Pelaksanaan

Identifikasi

Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui survei awal kepada UMKM Papeda Instan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi sehingga bisa dicarikan solusi yang tepat.

Penyusunan Modul Pelatihan

Modul pelatihan disusun dengan menyesuaikan kebutuhan peserta, meliputi materi tentang penyusunan rencana bisnis sederhana, pengelolaan keuangan usaha menggunakan Aplikasi SiApik, serta strategi pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace*.

Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan partisipatif. Materi disampaikan melalui ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus. Simulasi pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi SiApik dan simulasi praktik digital marketing (membuat konten, mengelola konten, hingga promosi online).

Praktik dan Simulasi Langsung

Peserta diberikan tugas praktik seperti membuat pengelolaan keuangan menggunakan Aplikasi SiApik dan membuat konten untuk di platform digital.

Pendampingan dan Monitoring

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan selama satu bulan. Pendampingan bertujuan untuk membantu peserta mengimplementasikan materi yang telah dipelajari ke dalam aktivitas usahanya sehari-hari.

Evaluasi dan Refleksi

Di akhir kegiatan, dilakukan evaluasi ketercapaian tujuan dengan mengukur tingkat perubahan sikap, peningkatan kemampuan, dan implementasi materi dalam pengelolaan usaha.

Instrumen Pengukuran dan Teknik Evaluasi

Keberhasilan kegiatan dievaluasi dengan memadukan instrumen deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Rangkaian alat ukur yang digunakan meliputi:

Pre-Test dan Post-Test

Tes awal dan tes akhir digunakan untuk menilai peningkatan pengetahuan serta keterampilan peserta terkait pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi SiApik dan pemasaran digital. Bentuk soal yang diberikan terdiri atas pilihan ganda dan analisis kasus singkat.

Kuesioner Perubahan Sikap

Instrumen kuesioner dibagikan sebelum dan sesudah pelatihan dengan tujuan mengidentifikasi adanya pergeseran sikap peserta, khususnya mengenai pemahaman akan pentingnya pengelolaan keuangan usaha dan pemanfaatan digitalisasi bisnis.

Observasi Lapangan

Tim pelaksana melakukan pengamatan langsung terhadap penerapan keterampilan peserta, meliputi pembuatan akun pada platform *marketplace*, pengelolaan media sosial, serta penyusunan laporan keuangan usaha dalam menggunakan aplikasi SiApik.

Wawancara Mendalam

Kegiatan wawancara dilakukan untuk memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai perubahan sosial-budaya, khususnya terkait keterbukaan peserta terhadap inovasi bisnis berbasis digital dan peningkatan kolaborasi dalam jejaring komunitas UMKM.

Analisis Data Penjualan

Bagi peserta yang bersedia, dilakukan analisis deskriptif terhadap perbandingan omzet penjualan sebelum dan sesudah program pendampingan sebagai salah satu indikator perubahan kondisi ekonomi.

Indikator Keberhasilan

Evaluasi keberhasilan program dilakukan melalui beberapa indikator utama, yaitu:

Perubahan Sikap

Sedikitnya 80% peserta menunjukkan peningkatan kesadaran mengenai pentingnya pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi SiApik dan pemanfaatan pemasaran digital, yang diidentifikasi melalui hasil kuesioner maupun wawancara.

Perubahan Sosial-Budaya

Terlihat adanya peningkatan kolaborasi dan partisipasi peserta dalam jaringan komunitas UMKM berbasis digital, disertai dengan bertambahnya tingkat adopsi teknologi dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Perubahan Ekonomi

Sekurang-kurangnya 50% peserta mengalami peningkatan omzet penjualan atau perluasan pasar setelah menerapkan strategi pemasaran digital dalam periode satu bulan pasca-pelatihan.

Pendekatan ini memungkinkan hasil pengabdian diukur secara sistematis sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kapasitas UMKM Papeda Instan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema *Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Keuangan dan Digital Marketing Bagi UMKM Lokal (Papeda Instan)* dilaksanakan selama satu bulan dengan melibatkan 5 pelaku UMKM Papeda Instan. Program pelatihan ini dirancang dalam tiga tahapan utama, yakni: (1) penyampaian materi teoritis; (2) praktik serta simulasi langsung; dan (3) pendampingan penerapan di lapangan.

Pada tahap awal, peserta belajar terkait teknik dasar pemasaran digital yang dipresentasikan oleh Acep Fatchuroji, S.E., M.M. Materi ini dirancang untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan promosi produk secara efektif melalui media daring. Peserta mendapatkan penjelasan mengenai konsep dasar *digital marketing*, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, sebagai sarana promosi, serta pembuatan konten menarik yang sesuai dengan karakteristik target pasar. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada teknik dasar *copywriting* dan *storytelling* produk, pemahaman tentang algoritma media sosial, serta strategi meningkatkan keterlibatan audiens (*engagement*) melalui unggahan rutin, penggunaan *hashtag*, dan fitur interaktif seperti *story* dan *live*. Materi ini disampaikan secara aplikatif melalui praktik langsung, antara lain pembuatan akun bisnis, perancangan konten promosi, hingga simulasi kampanye pemasaran sederhana, sehingga peserta dapat segera menerapkannya pada usaha mereka. Dokumentasi penyampaian materi ditampilkan pada Gambar 1.



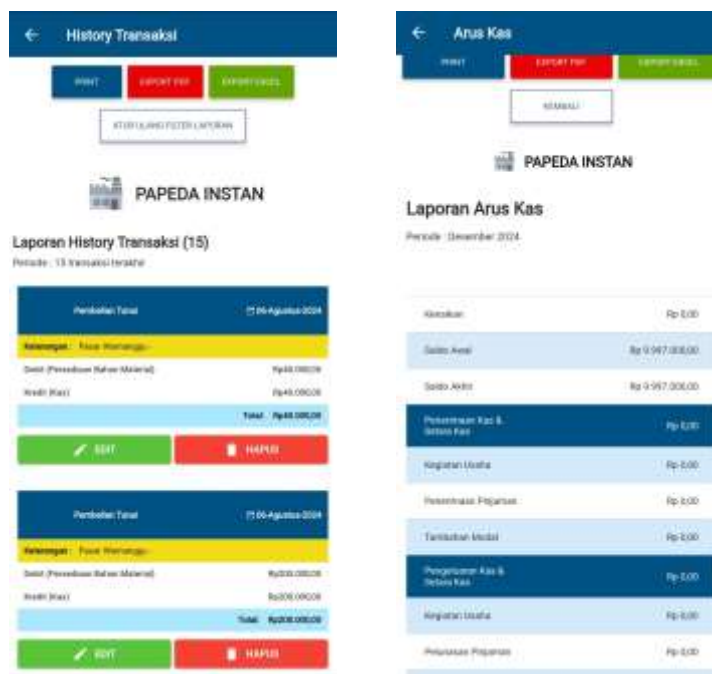
Gambar 1. Penyampaian Materi Digital Marketing



Gambar 2. Penyampaian Materi Pengelolaan Keuangan Aplikasi Si Apik

Materi juga mencakup pentingnya pengelolaan sumber daya manusia dalam usaha kecil, termasuk pembagian tugas, motivasi kerja, dan pelayanan pelanggan. Penyampaian dilakukan secara interaktif melalui studi kasus UMKM lokal, diskusi kelompok, dan simulasi sederhana agar peserta dapat langsung mengaitkan teori dengan praktik usaha mereka.

Materi kedua membahas mengenai pencatatan keuangan usaha yang dipaparkan oleh Mutiya Oktariani, S.Pd., MPd. Fokus utama sesi ini adalah memberikan pemahaman tentang pentingnya administrasi keuangan menggunakan aplikasi SiApik yang rapi dan sistematis bagi keberlanjutan UMKM. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar pencatatan transaksi harian, penyusunan laporan arus kas, laporan laba-rugi, serta neraca usaha sederhana. Selain itu, materi juga menekankan pada teknik pemisahan keuangan pribadi dan usaha, strategi pengelolaan modal kerja, serta pemanfaatan alat bantu pencatatan, baik berupa buku kas manual maupun aplikasi digital gratis menggunakan aplikasi SiApik dari Bank Indonesia. Penyampaian dilakukan secara praktis melalui simulasi pencatatan transaksi dan latihan penyusunan laporan keuangan sederhana, sehingga peserta dapat langsung mengaplikasikannya pada usaha masing-masing. Dokumentasi penyampaian materi ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 3. Tampilan Akun Si Apik

Tahap kedua, peserta melakukan praktik langsung seperti membuat akun bisnis di Instagram, Facebook, dan *marketplace*, serta belajar menyusun konten promosi yang menarik. Pada tahap ketiga, dilakukan pendampingan untuk membantu peserta menerapkan hasil pelatihan dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Adapun luaran yang sudah dihasilkan oleh peserta terkait pembuatan akun bisnis di Instagram dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini.



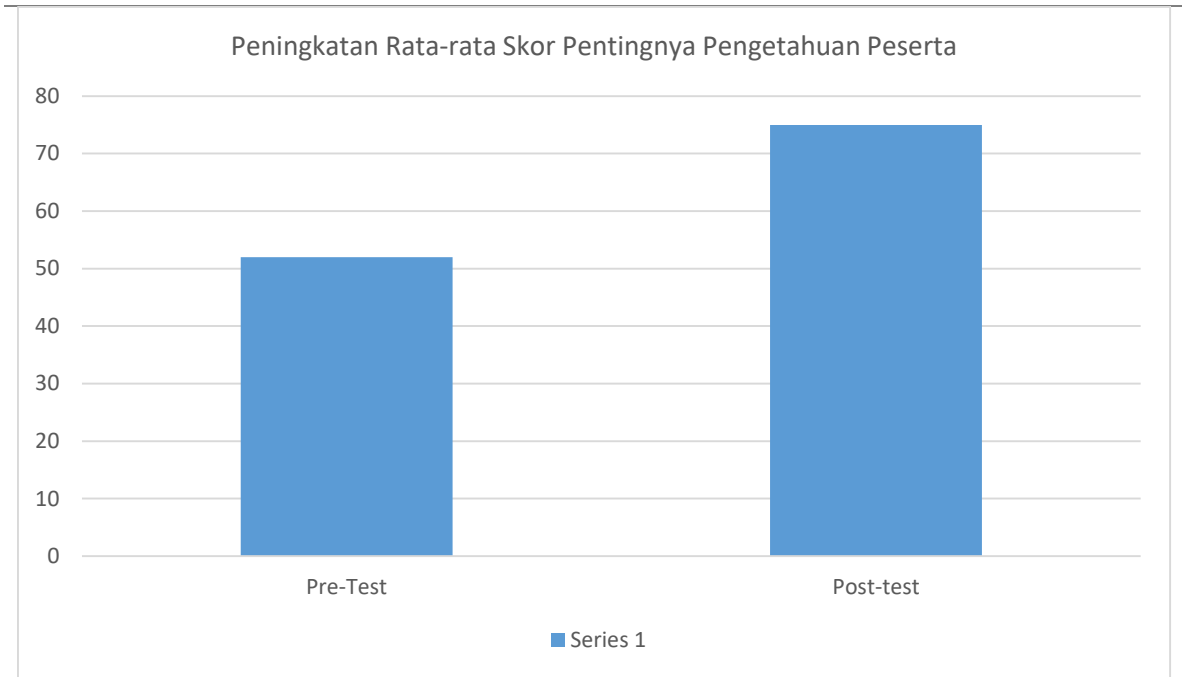
Gambar 4. Tampilan Konten IG



Gambar 5. Tampilan Instagram Papeda Instan

Indikator Pencapaian Tujuan dan Tolak Ukur Keberhasilan

Berdasarkan pre-test dan post-test, terjadi peningkatan rata-rata skor pengetahuan peserta sebesar 45%, dari rata-rata awal 52 menjadi 75 dalam skala 100. Kuesioner perubahan sikap menunjukkan bahwa 85% peserta menjadi lebih aktif dalam menggunakan media sosial untuk promosi produk.

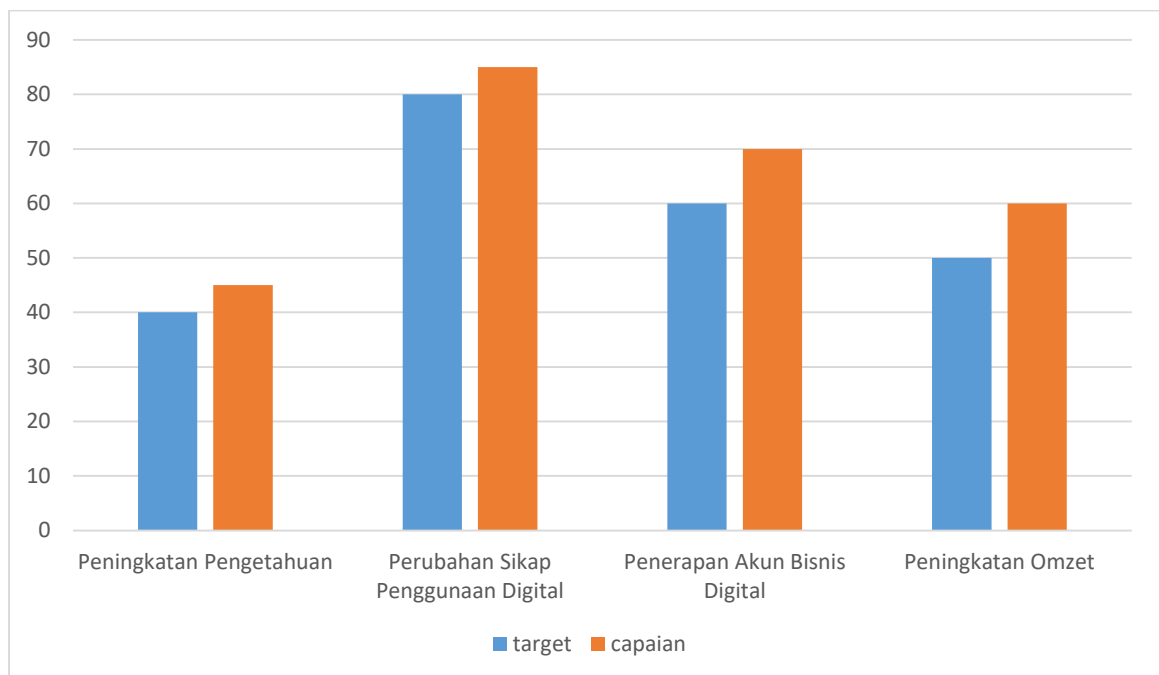


Gambar 6. Akun Grafik Pre-Test dan Post-Test

Observasi lapangan menunjukkan sekitar 70% peserta berhasil membuat akun bisnis digital dan mulai aktif memasarkan produknya secara online. Selain itu, dari hasil wawancara mendalam, sekitar 60% peserta melaporkan adanya peningkatan dalam jumlah orderan setelah satu bulan pasca pelatihan.

Tabel 1. Target dan Capaian Pelaksanaan Kegiatan

Indikator	Target	Capaian Aktual
Peningkatan Pengetahuan	40%	45%
Perubahan sikap pengguna digital	80%	85%
Penerapan akun bisnis digital	60%	70%
Peningkatan Omzet	50%	60%



Gambar 7. Hasil Peningkatan

Keunggulan dan Kelemahan Luaran Kegiatan

Luaran kegiatan pengabdian masyarakat berupa peningkatan kapasitas pelaku UMKM Papeda Instan melalui pelatihan pengelolaan keuangan, dan pemasaran digital memiliki sejumlah kelebihan. Pertama, materi yang diberikan bersifat aplikatif dan langsung relevan dengan kebutuhan usaha peserta, sehingga dapat segera diimplementasikan dalam praktik sehari-hari. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman langsung melalui simulasi, praktik pencatatan keuangan, serta pembuatan akun bisnis digital. Hal ini membuat luaran kegiatan menjadi lebih berdampak nyata karena peserta mampu mengintegrasikan keterampilan baru ke dalam operasional usaha mereka.

Disisi lain, terdapat pula beberapa kelemahan dari luaran kegiatan ini. Satu diantaranya adalah keterbatasan waktu pelatihan yang relatif singkat, yaitu hanya satu bulan, sehingga pendampingan mendalam terhadap implementasi strategi di lapangan belum dapat dilakukan secara maksimal. Tingkat kesiapan peserta dalam mengadopsi teknologi juga bervariasi; sebagian pelaku UMKM yang kurang terbiasa dengan media digital masih memerlukan bimbingan tambahan untuk menguasai teknik pemasaran online. Di samping itu, evaluasi keberhasilan masih berfokus pada jangka pendek, seperti peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan sikap, sementara dampak ekonomi jangka panjang seperti peningkatan omzet atau keberlanjutan usaha belum sepenuhnya terukur.

Tingkat Kesulitan dan peluang pengembangan

Pelaksanaan kegiatan ini menghadapi beberapa tingkat kesulitan yang cukup menantang. Salah satu hambatan utama adalah perbedaan latar belakang dan kapasitas peserta, khususnya dalam hal literasi digital dan pengelolaan keuangan. Sebagian pelaku UMKM masih terbatas dalam menggunakan teknologi, sehingga membutuhkan waktu lebih lama untuk memahami materi pemasaran digital maupun aplikasi pencatatan keuangan. Selain itu, keterbatasan sarana pendukung seperti perangkat gawai yang memadai dan akses internet yang stabil juga menjadi kendala teknis dalam praktik lapangan. Dari sisi manajemen waktu, kesibukan peserta dalam menjalankan usaha sehari-hari sering kali membuat fokus dan kehadiran dalam pelatihan tidak optimal. Hambatan lain muncul pada aspek pendampingan, di mana intensitas pembinaan pascapelatihan relatif terbatas sehingga implementasi keterampilan baru tidak selalu terpantau secara konsisten.

Meskipun demikian, kegiatan ini juga membuka peluang pengembangan yang cukup besar bagi peningkatan kapasitas UMKM. Materi pelatihan yang aplikatif dapat dikembangkan menjadi program berkelanjutan, misalnya melalui pendampingan jangka panjang atau pembentukan komunitas belajar digital berbasis UMKM. Adanya tren digitalisasi yang semakin meluas memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar tidak hanya secara lokal, tetapi juga menuju pasar regional dan nasional. Selain itu, keberhasilan sebagian peserta dalam menerapkan strategi bisnis dan pemasaran digital dapat menjadi contoh praktik baik (*best practice*) yang direplikasi oleh UMKM lain. Kegiatan ini juga memiliki potensi dikolaborasikan dengan pemerintah daerah, perguruan tinggi, maupun mitra swasta untuk memperluas jangkauan, memperkuat akses teknologi, dan menciptakan ekosistem pemberdayaan UMKM yang lebih berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada peningkatan kapasitas UMKM Papeda Instan melalui pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital terbukti memberikan dampak positif terhadap peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta perubahan sikap pelaku UMKM dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk. Peningkatan ini tercermin dari kenaikan skor pre-test dan post-test, meningkatnya keterlibatan peserta dalam penggunaan media sosial, serta adanya kecenderungan peningkatan omzet penjualan setelah pelatihan.

Meskipun terdapat sejumlah kendala, seperti keterbatasan waktu pendampingan, variasi tingkat literasi digital peserta, dan akses teknologi yang belum merata, kegiatan ini tetap memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas UMKM di Merauke. Selain itu, program ini membuka peluang pengembangan lebih lanjut, baik melalui pendampingan jangka panjang, penguatan komunitas UMKM berbasis digital, maupun kerja sama lintas sektor untuk menciptakan ekosistem usaha yang lebih berkelanjutan.

Dengan demikian, pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital tidak hanya meningkatkan kompetensi individu pelaku usaha, tetapi juga berperan strategis dalam memperluas

jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk lokal, serta mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat di Papua Selatan, khususnya di Merauke.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Musamus dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kepada mitra kegiatan, yaitu pelaku UMKM Papeda Instan atas partisipasi aktif dan kerjasama yang sangat baik selama proses pelaksanaan pendampingan.

Segala bentuk kontribusi, masukan, dan dukungan yang telah diberikan sangat membantu dalam penyelesaian kegiatan ini. Semoga hasil dari pengabdian ini dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan menjadi kontribusi berkelanjutan dalam pemberdayaan umkm lokal.

REFERENSI

- Fatmasari, N. (2024). Analisis Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Usaha Mikro di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45–56.
- Fuadi, F., Zulfikar, M., & Rahman, D. (2021). Dampak Pelatihan Digital Marketing terhadap Pengembangan UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 3(2), 101–112.
- Handayani, S., & Putra, R. (2022). Integrasi Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital sebagai Strategi Penguatan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 6(3), 87–97.
- Hidayat, A., & Mulyani, D. (2022). Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Literasi Keuangan Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 8(1), 13–24.
- Jamil, N., Hasanah, S., & Nugraha, P. (2022). Strategi Digitalisasi UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 4(2), 65–77.
- Kurniawati, R. (2020). Pengaruh Strategi Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(1), 23–34.
- Marlinah, L. (2020). Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional dan Tantangannya di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 11(2), 133–145.
- Prasetyo, B., & Widiastuti, E. (2021). Efektivitas Pelatihan Terpadu dalam Peningkatan Kompetensi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 7(1), 21–33.
- Putranto, A., Lestari, I., & Suharto, D. (2024). Literasi Keuangan sebagai Fondasi Keberlanjutan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Mikro*, 9(1), 56–67.
- Rohmah, F., & Widodo, T. (2023). Model Pelatihan Komprehensif untuk Penguatan UMKM Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 77–89.
- Sari, D. P., & Nugroho, Y. (2023). Optimalisasi Media Sosial dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Digital*, 4(1), 54–66.
- Singgih, S. (2007). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 7(2), 89–98.
- Susanto, A., & Puspitasari, H. (2021). Pengelolaan Keuangan sebagai Kunci Keberlanjutan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Terapan*, 10(3), 112–120.
- Trulline, M. (2021). Digitalisasi dan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 2(1), 44–58.