

## Strategi *Go Digital Grow Financial* dalam Penguatan Manajemen Keuangan dan Perluasan Pasar UMKM di Desa Sukaraja Kecamatan Rajapolah

Yudi Setia Rachmanda<sup>1\*</sup>, Pery Jayanto<sup>2</sup>, Muhamad Alpin Darussilmi<sup>3</sup>, Silmi Lutpiah<sup>4</sup>, Suci Rahmawati<sup>5</sup>, Fiqri Fauzan<sup>6</sup>, Aep Saepul Ulum<sup>7</sup>, Eva Fauziah<sup>8</sup>

<sup>1-8</sup>Program Studi Kewirausahaan, Universitas Cipasung, Jl. Borolong Ciawi, Jl. Raya Singaparna, Kecamatan Padakembang Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat

E-mail: [yudirachmanda@uncip.ac.id](mailto:yudirachmanda@uncip.ac.id)

\* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.4081>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 14 Nov 2025

Revised: 20 Nov 2025

Accepted: 08 Dec 2025

#### Kata Kunci:

UMKM, Digitalisasi, Keuangan, E-Commerce.

#### Keywords:

Digitalization, Finance, E-Commerce.

### ABSTRACT

Program *Go Digital Grow Financial* yang dilaksanakan melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukaraja, Kecamatan Rajapolah, bertujuan meningkatkan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi era digital. UMKM di desa ini masih menghadapi keterbatasan, seperti rendahnya literasi digital, jangkauan pasar yang sempit, serta lemahnya pengelolaan keuangan. Kegiatan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu observasi, penyuluhan, praktik pemasaran digital, dan pendampingan pencatatan keuangan sederhana berbasis SAK EMKM. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan e-commerce, menyusun katalog produk, dan mengelola promosi online. Selain itu, peserta mulai memahami pentingnya pencatatan kas harian, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta sikap disiplin dalam mengatur arus kas. Program ini terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam memperluas pasar serta membangun pengelolaan keuangan yang lebih transparan. Namun, keterbatasan infrastruktur teknologi dan kebutuhan pendampingan berkelanjutan masih menjadi tantangan utama.

*The Go Digital Grow Financial program, implemented through the Community Service Program (KKN) in Sukaraja Village, Rajapolah District, aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in facing the digital era. MSMEs in this village still encounter several limitations, such as low digital literacy, limited market reach, and weak financial management. The program was carried out in several stages, including observation, training, digital marketing practices, and assistance in simple financial recording based on SAK EMKM. The results showed significant improvements in the ability of MSME actors to utilize e-commerce, create product catalogs, and manage online promotions. In addition, participants began to understand the importance of daily cash recording, separating personal and business finances, and maintaining discipline in cash flow management. This program has proven effective in boosting entrepreneurs' confidence to expand their markets and establish more transparent financial management. However, challenges remain, particularly technological infrastructure limitations and the need for continuous mentoring.*



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



**How to Cite:** Yudi Setia Rachmanda, et al (2025). Strategi *Go Digital Grow Financial* dalam Penguatan Manajemen Keuangan dan Perluasan Pasar UMKM di Desa Sukaraja Kecamatan Rajapolah, 4(2) 12460-12466. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.4081>

### PENDAHULUAN

Digitalisasi merupakan salah satu fenomena penting di era modern yang mengubah cara kerja manusia dalam berbagai aspek kehidupan. Menurut KBBI, digitalisasi didefinisikan sebagai proses penggunaan atau penyediaan sistem berbasis digital. Transformasi ini berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas usaha.

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital dalam mendorong perekonomian. Sektor ini tidak hanya menjadi tulang punggung dalam penyerapan tenaga kerja, tetapi juga memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

Kondisi tersebut juga terlihat jelas pada UMKM di Desa Sukaraja, Kecamatan Rajapolah. Mayoritas pelaku usaha di desa ini masih menjalankan bisnis dengan cara tradisional. Dari sisi pemasaran, produk mereka sebagian besar hanya dikenal di lingkup lokal karena belum banyak yang memanfaatkan platform digital seperti marketplace atau media sosial. Dari sisi manajemen keuangan, pencatatan usaha masih sederhana bahkan sering kali bercampur dengan keuangan pribadi, sehingga pelaku usaha kesulitan menilai keuntungan, mengelola arus kas, dan menyusun strategi pengembangan. Selain itu, keterbatasan infrastruktur internet dan rendahnya keterampilan teknologi juga menjadi penghambat proses digitalisasi.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan sebuah strategi yang dapat menjawab dua persoalan utama UMKM di Desa Sukaraja, yakni keterbatasan digitalisasi dan lemahnya pengelolaan keuangan. Program Go Digital Grow Financial ditawarkan sebagai solusi yang berfokus pada tiga aspek penting: (1) pemanfaatan teknologi digital dalam operasional dan pemasaran, (2) adopsi platform e-commerce seperti Shopee, TikTok Shop, dan Facebook Marketplace untuk memperluas jangkauan pasar, serta (3) penguatan literasi keuangan, mulai dari pencatatan arus kas, pemisahan keuangan usaha dengan pribadi, hingga penyusunan laporan sederhana berbasis SAK EMKM. Tujuan akhirnya adalah membantu UMKM Desa Sukaraja meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya, sekaligus memperkecil kesenjangan dengan UMKM di wilayah perkotaan yang lebih maju.

Berbagai penelitian terdahulu memperkuat urgensi strategi ini. Kemajuan teknologi digital seperti e-commerce dan pembayaran elektronik terbukti dapat memperkuat rantai pasok, meskipun hambatan seperti keterampilan digital dan perlindungan data masih harus diatasi melalui kerja sama dengan penyedia teknologi dan dukungan pemerintah (Kusnanto et al., 2024; Meilariza et al., 2024; Mohamad Chaidir et al., 2025). Di Indonesia, UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan menyumbang lebih dari 60% PDB, tetapi adopsi e-commerce masih rendah: hanya 14,37% ekspor berasal dari UMKM, dan baru sekitar 21% pelaku usaha yang memanfaatkan e-commerce (Ayu & Lahmi, 2020). Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa e-commerce berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi digital (Widjaya & Fasa, 2025). Fakta ini menegaskan perlunya pendampingan nyata agar UMKM benar-benar mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas, daya saing, dan kesejahteraan masyarakat.

Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Cipasung di Desa Sukaraja menghadapi tantangan ini dan membuat program yang terintegrasi untuk mendukung UMKM dengan digitalisasi, literasi keuangan, dan legalitas usaha, serta meningkatkan pendidikan karakter di sekolah. Diharapkan UMKM Desa Sukaraja dapat meningkatkan daya saing digital, memiliki legalitas yang kuat, dan mengelola keuangan dengan lebih baik melalui program ini. Selain itu, diharapkan generasi muda memperoleh pendidikan karakter yang lebih baik. Program ini bertujuan untuk mendukung kemandirian Desa Sukaraja di era digital dengan mengintegrasikan pengembangan UMKM, peningkatan literasi keuangan, dan peningkatan pendidikan masyarakat. Oleh karena itu, KKN Desa Sukaraja tidak hanya berkonsentrasi pada masalah ekonomi, tetapi juga membangun basis sosial dan pendidikan yang berkelanjutan bagi masyarakat desa.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian ini melibatkan 24 pelaku UMKM Desa Sukaraja, Kecamatan Rajapolah yang dipilih secara purposive dengan kriteria: aktif menjalankan usaha, memiliki potensi untuk dikembangkan, serta menunjukkan kesiapan untuk beradaptasi dengan teknologi digital. Tahapan kegiatan dirancang agar sesuai dengan kebutuhan peserta sekaligus menjawab permasalahan utama yang mereka hadapi, yakni keterbatasan dalam pemasaran digital dan lemahnya pencatatan keuangan. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian disusun dalam bentuk kerangka supaya hasil kegiatan dapat mencapai target secara efektif dan efisien yang ditunjukkan pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan kegiatan PKM

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi lapangan selama satu minggu untuk memetakan hambatan yang dihadapi pelaku UMKM, terutama terkait akses pasar, keterampilan digital, dan manajemen keuangan. Hasil observasi ini digunakan sebagai dasar penyusunan materi pelatihan.

Tahap berikutnya adalah penyuluhan dan seminar selama satu hari yang berfokus pada pengenalan kanal e-commerce, pemasaran digital, serta pencatatan keuangan sederhana. Materi disusun dengan prinsip andragogi agar sesuai dengan pengalaman peserta dan mudah diterapkan. Selanjutnya dalam seminar juga melakukan praktik langsung untuk membuat atau mengembangkan akun pada marketplace populer, yaitu Shopee, TikTok Shop, dan Facebook Marketplace. Dalam sesi ini, peserta juga berlatih menyusun katalog produk, mengunggah foto, mengatur metode pembayaran non-tunai, serta mengelola fitur promosi. Di sisi keuangan, peserta diperkenalkan dengan instrumen pencatatan sederhana seperti buku kas manual agar lebih mudah memisahkan keuangan usaha dari keuangan pribadi. Seminar dirancang dengan pendekatan experiential learning (mengalami–merefleksi–mengonsep–menerapkan) untuk memastikan keterampilan dapat langsung dipraktikkan.

Untuk memastikan keberlanjutan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan berupa monitoring berkala melalui kunjungan lapangan. Pendampingan ini bertujuan membantu peserta mengatasi kendala teknis saat mengaplikasikan keterampilan yang sudah dipelajari.

Evaluasi dilakukan dengan tiga cara: (1) pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta, (2) observasi partisipatif selama workshop untuk menilai keterampilan praktis, serta (3) wawancara terstruktur pasca-pelatihan untuk mengetahui perubahan sikap, tantangan, dan rencana tindak lanjut. Indikator keberhasilan mencakup jumlah peserta yang berhasil membuat akun marketplace, kualitas katalog produk, serta konsistensi dalam pencatatan arus kas harian.

### **Lokasi dan Waktu**

Program ini dilaksanakan di Desa Sukaraja, Kecamatan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya, selama 35 hari, dari agustus hingga September tahun 2025. Kegiatan terkonsentrasi di GOR Desa Sukaraja, sekolah dasar setempat, posko KKN, dan lokasi usaha UMKM. Lokasi-lokasi ini dipilih berdasarkan kebutuhan sasaran: GOR untuk pelatihan UMKM, sekolah untuk edukasi anti-bullying, dan posko KKN untuk kegiatan bimbingan belajar dan aktivitas sosial sehari-hari.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukaraja menunjukkan adanya peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya di bidang pemasaran melalui e-commerce dan pengelolaan keuangan. Kegiatan dimulai dengan observasi untuk memetakan hambatan utama. Dari hasil pengamatan, sebagian besar UMKM masih beroperasi secara tradisional, dengan jangkauan pasar terbatas, rendahnya literasi digital, serta pencatatan keuangan yang belum tertata rapi.

Kinerja bisnis mikro, kecil, dan menengah sangat bergantung pada seberapa siap para pemilik bisnis untuk membuat strategi usaha yang komprehensif. Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) tidak memiliki kerangka bisnis yang jelas, sehingga orientasi pengembangan usaha biasanya terbatas pada operasi harian. Karena tidak ada perencanaan bisnis, bisnis sulit menemukan segmen pasar yang tepat, membuat nilai produk yang unik, dan menentukan cara distribusi dan promosi yang tepat. Ini pada akhirnya menghambat pertumbuhan bisnis.

Secara keseluruhan, meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam perencanaan bisnis, literasi keuangan, dan pemanfaatan teknologi adalah strategi utama untuk mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. (Planlar et al., 2025)

Pemilik usaha kecil dan menengah (UMKM) harus memahami konsep literasi keuangan ini. Hal ini akan membantu mereka memahami manfaat nilai uang itu bagi mereka saat ini dan dampak yang akan ditimbulkannya pada masa depan. Akibatnya, upaya strategis diperlukan untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah (UMKM) (Aribawa, 2016:2).(Pertwi, 2020)

Tahapan kegiatan dimulai dengan observasi, di mana tim KKN mengidentifikasi hambatan utama yang dihadapi pelaku UMKM, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, dan pencatatan keuangan yang belum teratur. Dari proses ini diperoleh gambaran bahwa sebagian besar UMKM masih beroperasi dengan cara tradisional, sehingga daya saing mereka terbatas.



Gambar 2. Pelaksanaan Observasi  
Sumber: Dokumentasi Penulis 2025

Langkah berikutnya berupa penyuluhan dan seminar yang memberikan pemahaman dasar mengenai kanal e-commerce, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan sederhana. Kegiatan ini menggunakan pendekatan andragogi sehingga materi lebih mudah dipahami karena dikaitkan dengan pengalaman usaha peserta. Banyak pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya pemisahan keuangan usaha dan pribadi sebagai dasar pengelolaan keuangan yang lebih baik.



Gambar 3. Pelaksanaan seminar  
Sumber: Dokumentasi Penulis 2025

### **Pengaruh Pengelolaan Keuangan UMKM Desa Sukaraja**

Pada aspek pengelolaan keuangan, seminar menekankan pentingnya pencatatan transaksi secara teratur. Sebelumnya banyak peserta hanya mengandalkan ingatan atau catatan seadanya, sehingga sulit menilai kondisi usaha. Melalui pelatihan ini, mereka mulai memahami manfaat pencatatan yang rapi dalam mengendalikan biaya dan menyusun strategi pengembangan usaha. Peserta juga diperkenalkan

dengan SAK EMKM sebagai standar akuntansi sederhana untuk UMKM. Pemahaman mengenai standar ini diyakini dapat meningkatkan kualitas laporan dan akuntabilitas usaha, sejalan dengan temuan Aini, Arisyanada, & Mas'adah (2025). Hal ini juga didukung penelitian Wardhani & Irawati (2025) yang menyebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan usaha yang berkelanjutan.

Selain itu, peserta dikenalkan pada konsep sikap keuangan positif, yakni kebiasaan disiplin dalam mencatat transaksi, mengendalikan pengeluaran, dan memisahkan keuangan pribadi dari usaha. Sikap ini terbukti memperkuat perilaku pengelolaan keuangan yang sehat, sebagaimana diperkuat penelitian Fatmawati & Fahriani (2023). Sebagai tindak lanjut, disarankan agar UMKM Desa Sukaraja mengadopsi pencatatan kas harian serta melakukan monitoring berkala untuk meningkatkan transparansi dan kontrol modal usaha.

### ***Pengaruh Digital Marketing dalam Peningkatan Penjualan UMKM***

Dalam aspek pemasaran, *sesi* digital marketing menjadi salah satu bagian yang paling diminati oleh peserta. Mereka tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai strategi promosi berbasis digital, tetapi juga diberikan kesempatan untuk langsung mengaplikasikannya. Peserta berlatih menyusun katalog produk dengan tampilan visual yang menarik, menambahkan deskripsi produk yang informatif, serta mengatur kategori dan harga secara sistematis agar mudah ditemukan konsumen. Selain itu, mereka mempraktikkan cara membuat unggahan promosi di berbagai kanal digital dan memanfaatkan fitur-fitur marketplace, seperti voucher diskon, layanan iklan berbayar, hingga metode pembayaran non-tunai. Melalui praktik ini, peserta tidak hanya memahami teori pemasaran digital, melainkan juga mampu merasakan secara nyata bagaimana strategi online dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar.

Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa digital marketing berperan penting dalam mendorong penjualan produk, menjalin hubungan dengan pelanggan, mempromosikan produk dengan harga yang lebih terjangkau, serta mempermudah proses transaksi (Pradiani, 2017:51; Az-Zahra, 2021). Bahkan, studi lebih lanjut menegaskan bahwa penerapan strategi pemasaran digital mampu meningkatkan margin keuntungan sekaligus memperkuat kapasitas pertumbuhan bisnis (Phiri, 2020; Sudirjo et al., 2023). Hal ini tidak terlepas dari fakta bahwa digital marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan, loyalitas pelanggan, serta efisiensi dalam promosi yang lebih murah dan mudah diakses (Pradiani, 2017, p. 51; Oktafianto et al., 2024).

Evaluasi menunjukkan peningkatan rasa percaya diri peserta dalam menggunakan platform digital, padahal sebelumnya mereka lebih banyak mengandalkan promosi tradisional dari mulut ke mulut. Temuan ini sejalan dengan penelitian Yuliana, Sishadiyati, & Primandhana (2023) yang menegaskan efektivitas digital marketing berbasis media sosial dalam meningkatkan jangkauan konsumen.

Secara umum, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa program KKN dengan model Go Digital Grow Financial berhasil menjadi solusi awal untuk meningkatkan literasi digital dan manajemen keuangan UMKM Desa Sukaraja. Namun, masih terdapat kendala berupa keterbatasan sarana teknologi, jaringan internet yang belum stabil, dan kebutuhan pendampingan jangka panjang. Oleh karena itu, keberlanjutan program perlu difokuskan pada penguatan jejaring antara UMKM, pemerintah desa, perguruan tinggi, serta pihak swasta, sehingga dampak yang dihasilkan dapat lebih luas, nyata, dan berkelanjutan.



Gambar 2. Pelaksanaan evaluasi  
Sumber: Dokumentasi Penulis 2025

## **SIMPULAN**

Program Go Digital Grow Financial yang dilaksanakan melalui kegiatan KKN di Desa Sukaraja, Kecamatan Rajapolah, berhasil memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan adanya kemajuan signifikan pada dua aspek utama, yaitu pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan penguatan manajemen keuangan usaha.

Pada aspek digitalisasi, mayoritas peserta mampu membuat serta mengelola akun di marketplace populer seperti Shopee, TikTok Shop, dan Facebook Marketplace. Mereka juga mulai memahami strategi promosi online, penyusunan katalog produk, serta penggunaan fitur pembayaran non-tunai. Hal ini meningkatkan rasa percaya diri pelaku UMKM dalam memperluas pasar, yang sebelumnya hanya terbatas pada promosi konvensional dari mulut ke mulut.

Pada aspek pengelolaan keuangan, peserta mendapatkan pemahaman baru mengenai pentingnya pencatatan kas harian, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta penerapan standar sederhana seperti SAK UMKM. Peserta mulai menyadari bahwa sikap disiplin dalam mencatat transaksi dan mengelola modal menjadi kunci dalam menciptakan usaha yang lebih transparan, terukur, dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa strategi Go Digital Grow Financial mampu menjadi solusi awal dalam menjawab permasalahan rendahnya literasi digital dan manajemen keuangan UMKM di Desa Sukaraja. Meskipun demikian, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur internet, sarana teknologi, serta kebutuhan akan pendampingan berkelanjutan masih perlu menjadi perhatian. Oleh karena itu, keberlanjutan program ini memerlukan sinergi antara pemerintah desa, akademisi, dan sektor swasta agar UMKM Desa Sukaraja dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing, serta memberikan kontribusi lebih besar bagi perekonomian lokal maupun nasional.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat yaitu: 1) Universitas Cipasung yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan. 2) Pemerintah Desa Sukaraja atas fasilitasi dan kerja sama selama program berlangsung. 3) Dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi. 4) Narasumber seminar di bidang digital marketing dan manajemen keuangan UMKM atas ilmu dan pengalaman yang dibagikan. 5) Seluruh anggota kelompok KKN Desa Sukaraja atas kerja sama, dedikasi, dan kebersamaan. 6) Para pelaku UMKM Desa Sukaraja yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan berjalan lancar dan bermanfaat.

## **REFERENSI**

- Aini, F. Q., Arisyanada, M. S., & Mas'adah, N. (2025). Penerapan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM pada UMKM. *Jurnal Akuntansi & Manajemen Keuangan (JAKUMA)*, 6(1). <https://doi.org/10.31967/jakuma.v6i1.1505>
- Ayu, W., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science*, 77–87. Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus.
- Chaidir, M., Ruslaini, R., & Irawan, D. (2025). Transformasi Digital dalam Manajemen Keuangan. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 239–249. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i1.4138>
- Fatmawati, N., & Fahriani, F. Z. (2023). Pengaruh literasi & sikap keuangan pada perilaku pengelolaan keuangan UMKM di Tulungagung. *Economics and Digital Business Review*, 4(2). <https://doi.org/10.52728/edbr.v4i2.403-25>
- Meilariza, R., dkk. (2024). Kolaborasi teknologi dan pemerintah dalam mendorong daya saing UMKM. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*.
- Oktafianto, R., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2024). Peran Digital Marketing Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM di Era Digitalisasi: Studi pada UMKM di Kabupaten Kudus. *Multidisciplinary Knowledge Journal*, 1(1), 1–12. Universitas Terbuka & Universitas Paramadina.

***Strategi Go Digital Grow Financial dalam Penguatan Manajemen Keuangan dan Perluasan Pasar UMKM di Desa Sukaraja Kecamatan Rajapolah, Yudi Setia Rachmanda, Pery Jayanto, Muhamad Alpn Darussilmi, Silmi Lutpiah, Suci Rahmawati, Fiqri Fauzan, Aep Saepul Ulum, Eva Fauziah*** 12466

- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118. Universitas Pamulang.
- Wardhani, B. S., & Irawati. (2025). Literasi keuangan, pengetahuan & sikap keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan UMKM kuliner di Kabupaten Sukoharjo. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2). <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i2.1325>
- Widjaya, M. A., & Fasa, M. I. (2025). Analisis Peran E-commerce dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi (EKONOM)*, 1(2), 96–102. <https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i2.60>
- Yuliana, A. S., Sishadiyati, & Primandhana, W. P. (2023). Implementasi Digital Marketing UMKM Erni Cake and Cookies Desa Mojotengah, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*.