

Optimalisasi Visibilitas dan Transaksi UMKM melalui Media Digital dan Visual di Desa Toapaya Utara

Nike Fitriani

^{1*}, Muhammad Ade Rizky², Meylin³, Amelia Kustari Riadi⁴, Ezra Olivia Damanik⁵, Deby Anggraini⁶, Susmi Varisca⁷, Arkan⁸, Muhamad dhifan Al rizki⁹, Ananda Gideon Sitanggang¹⁰, Muhamad Zulfakar¹¹

^{1,7}Teknik Elektro, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjung Pinang, Kepulauan Riau, 29115, Indonesia

^{2,3}Teknik Informatika, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjung Pinang, Kepulauan Riau, 29115, Indonesia

^{4,5,6,8,9,10}Manajemen, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjung Pinang, Kepulauan Riau, 29115, Indonesia

¹¹ Teknik Sipil, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjung Pinang, Kepulauan Riau, 29115, Indonesia

E-mail: nikefitriani73@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5852>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 Februari 2026

Revised: 26 Februari 2026

Accepted: 13 Maret 2026

Kata Kunci:

UMKM, Digitalisasi, QRIS, Google Maps, Promosi Visual

Keywords:

MSMEs, Digitalization, QRIS, Google Maps, Visual Promotion



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan mengoptimalkan visibilitas dan transaksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan media digital dan media promosi visual di Desa Toapaya Utara, Kabupaten Bintan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari 21 UMKM yang ada, dipilih 9 UMKM sebagai sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria belum memiliki identitas promosi visual, belum terdaftar di Google Maps, dan belum menggunakan QRIS. Program pendampingan meliputi pembuatan QRIS, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, serta pembuatan poster dan spanduk promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dan media promosi visual mampu meningkatkan visibilitas usaha, memudahkan konsumen menemukan lokasi, serta menyediakan alternatif transaksi non-tunai bagi pelanggan. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya teknologi dalam mendukung perkembangan usaha.

This study aims to improve the visibility and transactions of small and medium businesses in Toapaya Utara Village, Bintan Regency by using digital media and visual promotional tools. The method used is a descriptive qualitative approach, involving observation, interviews, and documentation techniques. Out of the 21 UMKM available, 9 were selected as samples using purposive sampling based on the criteria of not having a promotional visual identity, not being listed on Google Maps, and not using QRIS. The support program includes creating QRIS, registering the business location on Google Maps, and making promotional posters and banners. Research shows that using digital technology and visual promotion media can increase business visibility, make it easier for customers to find the location, and provide customers with non-cash transaction options. This activity also helps UMKM participants better understand the importance of technology in supporting the growth of their businesses.



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

How to Cite: Nike Fitriani et al (2026) Optimalisasi Visibilitas dan Transaksi UMKM melalui Media Digital dan Visual di Desa Toapaya Utara <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5852>

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, terutama di daerah pedesaan (Aliyah, 2022). Keberadaan UMKM mampu membantu meningkatkan pendapatan masyarakat serta membuka peluang usaha baru bagi warga sekitar (Auliya, 2025). Peran UMKM dalam perekonomian nasional sangat signifikan karena mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi serta menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat kecil. Oleh karena itu, pengembangan UMKM perlu terus dilakukan agar usaha masyarakat dapat berkembang secara berkelanjutan dan mampu bersaing di era modern. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital kini menuntut usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk mampu beradaptasi dengan menggunakan teknologi dalam aktivitas bisnis mereka. Penggunaan teknologi digital dapat membantu bisnis memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kualitas layanan, dan mempermudah transaksi. Menurut Malik (Malik et al., 2024), UMKM dapat menghadapi berbagai tantangan usaha sekaligus meningkatkan kemampuan bersaing mereka di tengah perkembangan pasar dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, yang mencakup penentuan segmen pasar dan pemanfaatan teknologi digital.

Selain itu, penggunaan sistem pembayaran non-tunai berbasis digital telah memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi serta mempermudah proses transaksi bagi masyarakat setempat (Mellani & Putri, 2024). Desa Toapaya Utara merupakan salah satu dari sedikit desa yang memiliki potensi UMKM yang cukup kuat, dengan berbagai jenis usaha seperti makanan, minuman, dan usaha-usaha lain di sektor perumahan yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat umum. Namun, berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), pelaku UMKM di Desa Toapaya Utara masih memasarkan produk secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Informasi mengenai lokasi usaha masih belum tersedia secara luas bagi masyarakat umum karena tidak tercantum dalam media digital seperti Google Maps. Selain itu, banyak transaksi usaha masih dilakukan secara tunai, sehingga menyulitkan pelanggan untuk berpartisipasi dalam sistem pembayaran saat ini. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan rencana untuk membantu pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital melalui kegiatan digitalisasi usaha yang mudah diterapkan dan aman.

Dalam kegiatan ini, digitalisasi UMKM dilakukan melalui pembuatan lokasi usaha di Google Maps, penerapan sistem pembayaran digital menggunakan QRIS, dan pembuatan media promosi usaha sebagai sumber informasi bagi masyarakat umum. Menurut (Laziva et al., n.d.) implementasi QRIS dan Google Maps terbukti menjadi strategi efektif untuk meningkatkan visibilitas dan transaksi digital UMKM. Melalui kegiatan digitalisasi UMKM di Desa Toapaya Utara, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan, memudahkan konsumen mengakses informasi usaha, dan meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan.

METODE

Jenis Penelitian

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang dirancang untuk memberikan gambaran komprehensif tentang kondisi riil UMKM di lapangan. Pendekatan ini sangat memungkinkan bagi peneliti untuk mengevaluasi efektivitas transformasi digital secara mendalam pada skala komunitas pedesaan (Pratama et al., 2022). Strategi penelitian yang diterapkan mengombinasikan pendekatan aksi partisipatif berbasis pemberdayaan masyarakat untuk mencapai target pertumbuhan ekonomi secara lebih terarah. Selain itu, peneliti tidak hanya berperan sebagai pengamat, tetapi juga bertindak langsung sebagai fasilitator aktif dalam mendampingi proses adaptasi teknologi tersebut (Dwi Andita, 2024).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di wilayah Desa Toapaya Utara, Kabupaten Bintan. Kegiatan pendampingan dan eksekusi program ini berlangsung secara intensif selama kurun waktu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada bulan Januari hingga Februari 2026. Terhitung dari tanggal 20 Januari 2026 hingga 20 Februari 2026. Lokasi penelitian bertempat di Desa

Toapaya Utara, Kecamatan Toapaya, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau. Wilayah Desa Toapaya Utara terbagi menjadi tiga kampung, yaitu Kampung Lome, Kampung Kangboi, dan Kampung Cikolek.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam kegiatan pengabdian ini mencakup seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di wilayah Desa Toapaya Utara. Berdasarkan proses pendataan awal yang dilakukan secara langsung di lapangan, teridentifikasi adanya sekitar 21 unit UMKM yang aktif menjalankan usahanya. Secara umum, puluhan UMKM ini memiliki potensi produk dan jasa yang sangat baik, namun dalam praktik operasional kesehariannya masih sangat bergantung pada sistem penjualan konvensional. Sebagian besar dari mereka belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan peluang dari perluasan pemasaran digital maupun kepemilikan identitas visual usaha yang memadai.

Mengingat keterbatasan waktu pelaksanaan program serta perlunya pendampingan yang bersifat intensif dan mendalam, peneliti tidak mengambil keseluruhan populasi tersebut sebagai mitra sasaran. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan subjek berdasarkan pertimbangan dan kriteria khusus yang paling relevan dengan tujuan penyelesaian masalah di lapangan. Dari total sekitar 21 UMKM tersebut, peneliti mengerucutkan jumlahnya menjadi 9 UMKM terpilih. Kriteria utama pemilihannya berfokus pada UMKM yang sama sekali belum memiliki identitas promosi visual berupa spanduk, belum terdaftar letak geografisnya di platform Google Maps, dan belum menyediakan fasilitas transaksi nontunai QRIS. Pemilihan 9 unit usaha ini dinilai sangat ideal dan proporsional untuk memastikan bahwa proses edukasi, perancangan, dan eksekusi langsung dapat berjalan secara maksimal, sehingga pendampingan ini benar-benar berdampak nyata pada peningkatan kualitas operasional mitra.

Prosedur Pelaksanaan

Prosedur pelaksanaan pengabdian dirancang secara sistematis melalui tiga tahapan utama agar pemanfaatan teknologi dapat diimplementasikan secara optimal dalam manajemen usaha mitra. Pertama, tahap observasi dan persiapan dilakukan melalui survei langsung dan wawancara di desa untuk mengidentifikasi profil serta permasalahan mendasar yang menghambat digitalisasi UMKM. Kedua, tahap implementasi menggunakan metode eksekusi langsung (*direct execution*) di mana tim turun memfasilitasi pendaftaran *merchant* QRIS, penentuan lokasi Google Maps, serta merancang spanduk sebagai strategi krusial untuk memperluas kemungkinan jangkauan pasar. Ketiga, tahap evaluasi mencakup penyerahan hasil kerja fisik maupun digital, sekaligus meninjau respons adaptif pelaku UMKM terkait potensi peningkatan interaksi konsumen usai memanfaatkan platform tersebut.

Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data dalam kegiatan ini mencakup pedoman wawancara, panduan observasi terstruktur, dan dokumentasi visual. Wawancara mendalam dilakukan untuk mengeksplorasi secara spesifik mengenai permasalahan UMKM yang belum mampu mengadopsi kemajuan teknologi pada operasional kesehariannya. Pengamatan lapangan dilakukan guna menilai tingkat pemahaman dan literasi digital masing-masing pelaku usaha sebelum dan sesudah program pendampingan berjalan. Selanjutnya, dokumentasi visual seperti tangkapan layar koordinat Google Maps dan draf desain spanduk difungsikan sebagai sekumpulan data pendukung untuk memperkaya sekaligus memvalidasi temuan penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data mengikuti model analisis kualitatif yang dikembangkan melalui tahapan reduksi data, penyajian data (*display data*), dan penarikan kesimpulan. Seluruh data dari hasil penerapan instrumen digital dievaluasi secara triangulasi dengan memadukan temuan wawancara dan kondisi *existing* di lapangan. Analisis ini difokuskan pada penilaian sejauh mana peningkatan kemampuan teknologi oleh pelaku UMKM mampu membantu mengoptimalkan angka penjualan dan menembus pasar yang kompetitif (Ahmadfaidul, 2024). Pada akhirnya, integrasi indikator tersebut bermuara pada sebuah kesimpulan logis mengenai sejauh mana peranan pengabdian ini sanggup mewujudkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pendataan dan wawancara yang telah dilakukan, tercatat sebanyak 21 unit UMKM yang beroperasi di Desa Toapaya Utara. Dari total tersebut, tim memilih 9 UMKM sebagai sampel yang tersebar di masing-masing RW. Pemilihan ini dilakukan dengan mempertimbangkan keberagaman jenis usaha, kebutuhan pengembangan, serta kelengkapan informasi yang diperoleh selama proses observasi. Kegiatan pendampingan UMKM dirancang melalui empat program utama, yaitu pembuatan QRIS (pembayaran digital), pembuatan lokasi usaha pada Google Maps, pembuatan poster untuk promosi, serta pemasangan spanduk. Keempat program tersebut saling terintegrasi dan dilaksanakan secara bertahap sebagai satu rangkaian kegiatan yang utuh.

Data UMKM Desa Toapaya Utara



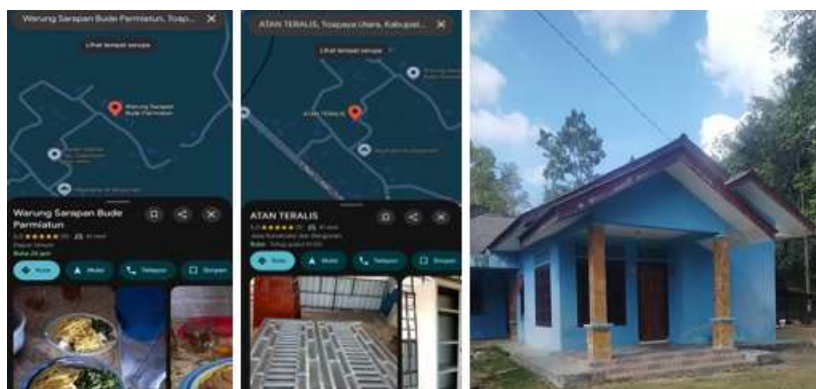
Gambar 1. Persentase Digital Branding UMKM

Proses kegiatan diawali dengan pendampingan langsung untuk pembuatan QRIS pada UMKM, termasuk pengisian data, verifikasi, dan aktivasi sistem pembayaran digital. Selain itu, pendampingan juga mencakup penyiapan informasi usaha di Google Maps, desain poster promosi, dan pemasangan spanduk agar UMKM lebih dikenal oleh masyarakat dan pelanggan. Dari proses ini, diperoleh data 9 UMKM di Desa Toapaya Utara yang telah berhasil menerima pendampingan dan siap mengimplementasikan pembayaran digital serta promosi usaha mereka.



Gambar 2. Proses Pembuatan Qris UMKM

Kegiatan pembuatan lokasi usaha pada Google Maps dilakukan secara langsung bersama para pelaku UMKM di Desa Toapaya Utara. Proses ini dilaksanakan dengan mendampingi pemilik usaha dalam menentukan titik lokasi yang akurat, menambahkan informasi usaha seperti nama, kategori, jam operasional, serta dokumentasi foto produk maupun tempat usaha. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya kehadiran digital dalam meningkatkan visibilitas usaha. Dengan terdaftarnya lokasi usaha di Google Maps, pelanggan dapat lebih mudah menemukan alamat usaha, mengetahui informasi dasar, serta memberikan ulasan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.



Gambar 3. Pembuatan Gmaps UMKM

Langkah ini menjadi salah satu bentuk penguatan promosi berbasis digital yang relevan dengan perkembangan teknologi dan perilaku pasar saat ini. Secara umum, kegiatan ini memberikan dampak positif bagi pelaku usaha. Beberapa UMKM yang sebelumnya belum memiliki titik lokasi digital kini telah terdaftar dan dapat diakses secara publik. Hal ini berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan konsumen, terutama dari pelanggan luar wilayah yang belum mengenal lokasi usaha tersebut. Selain itu, pelaku UMKM menjadi lebih memahami pentingnya pengelolaan informasi usaha secara daring. Program pembuatan poster untuk promosi sebagai media pemasaran visual bagi pelaku UMKM di Desa Toapaya Utara. Poster dirancang oleh tim dengan menyesuaikan informasi dasar usaha yang telah diperoleh pada saat pendataan, seperti nama usaha, jenis produk, serta nomor kontak yang dapat dihubungi. Desain poster disusun dengan memperhatikan unsur kerapian tata letak, pemilihan warna yang menarik, serta kejelasan informasi agar mudah dipahami oleh konsumen. Poster ini bertujuan untuk membantu meningkatkan daya tarik usaha serta memberikan informasi yang lebih lengkap kepada masyarakat.



Gambar 4. Poster UMKM

Poster yang telah dibuat diberikan kepada pelaku usaha agar dapat dimanfaatkan sebagai media promosi dengan cara dipasang di sekitar lokasi usaha maupun dibagikan melalui media sosial. Dengan adanya media promosi ini, diharapkan UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.



Gambar 5. Pemasangan Spanduk

Program selanjutnya yaitu pemasangan spanduk sebagai bentuk penguatan media promosi secara langsung di lokasi usaha. Spanduk dipasang di bagian depan atau area yang mudah terlihat oleh masyarakat dan pengguna jalan, sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen yang melintas. Spanduk yang dibuat memuat informasi utama seperti nama usaha, jenis produk yang dijual, serta kontak yang dapat dihubungi. Desain disusun dengan tulisan yang jelas dan ukuran huruf yang cukup besar agar mudah dibaca dari jarak tertentu. Melalui pemasangan spanduk ini, UMKM memiliki identitas visual yang lebih kuat dan mudah dikenali. Keberadaan spanduk tidak hanya berfungsi sebagai penanda lokasi usaha, tetapi juga sebagai sarana promosi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik usaha di lingkungan sekitar. Diharapkan dengan adanya spanduk tersebut, jumlah kunjungan konsumen dapat meningkat serta membantu perkembangan usaha secara berkelanjutan.

Secara administratif, Desa Toapaya Utara terdiri dari lima RW 3, yaitu RW 1 Cikolek, RW 2 Kangboi, RW 3 Lome, yang masing-masing memiliki dua RT kecuali Kangboi, memiliki tiga RT. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian UMKM telah memiliki media promosi dasar seperti spanduk atau poster, sehingga pendampingan difokuskan pada 9 UMKM yang dinilai paling membutuhkan pengembangan. Melalui program kerja ini, UMKM yang ada di Desa Toapaya Utara tidak hanya dapat beradaptasi dengan tren pasar yang terus menerus berkembang, tetapi juga dapat memperkuat daya saing UMKM di pasar yang semakin canggih ini. Hasil ini juga menunjukkan bahwa UMKM di Desa Toapaya Utara semakin siap untuk menghadapi tantangan teknologi di era digital ini dengan strategi pemasaran yang lebih modern.

Tabel 1. Data UMKM yang Belum Digital Branding

Kategori	Nama UMKM	Pemilik	Lokasi	Jenis Usaha
Kuliner	Ayam Geprek	Suprihatin	Kangboi RT/RW 02	Makanan siap saji
	Dapur Bintang Berkah	Sapinah	Cikolek RT 01/RW 01	Catering Kue Box
	Dapur Mawar	Asni	Lome RT 06/RW 03	Kerupuk Tempe / Olahan Makanan
	Jamu Herbal Boenda Umay	Darniti	Lome RT 07/RW 03	Jamu Tradisional / Minuman Kesehatan
	Warung Sarapan Bude Parmiatun	Parmiatun	Kangboi RT/RW 02	Makanan Sarapan
Toko / Sembako	Warung Aqila	Surti	Cikolek RT 01/RW 01	Warung Sembako / Kebutuhan Harian
	Warung B&R Family	Kasmi	Cikolek RT 01/RW 01	Warung Sembako / Kebutuhan Harian
Kerajinan / Produksi	Teralis	Atan	Kangboi RT /RW 02	Teralis / Pagar Besi

Kategori	Nama UMKM	Pemilik	Lokasi	Jenis Usaha
Jasa	Laundry Ridell	Sri Sulasti	Lome RT 06/RW 03	Jasa Laundry Pakaian

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Toapaya Utara berfokus pada digitalisasi UMKM di Desa Toapaya Utara menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dan media promosi visual dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan usaha kecil. Dari keseluruhan 21 UMKM yang tercatat di Desa Toapaya Utara, terdapat 9 UMKM yang dipilih sebagai sampel utama untuk mendapatkan bimbingan secara mendalam. Pemilihan ini didasarkan pada kondisi UMKM yang masih belum memiliki identitas pemasaran yang sesuai, tidak terdaftar di platform digital seperti Google Maps, serta belum menggunakan metode pembayaran non-tunai.

Program pendampingan yang dilaksanakan dengan pembuatan QRIS, pembuatan lokasi usaha pada Google Maps, serta penyediaan media promosi visual seperti poster dan spanduk dalam membantu pelaku UMKM yang sebelumnya masih menggunakan sistem konvensional untuk mulai memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usaha mereka. Penggunaan Google Maps dan Pembuatan QRIS juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran, kemudahan dalam transaksi pembayaran, serta daya saing bisnis di era ekonomi digital. Selain itu, penggunaan teknologi digital terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM di tingkat lokal maupun luar daerah. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat terus memaksimalkan penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kesempatan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Toapaya Utara dapat dilaksanakan dengan baik dan penelitian ini juga dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini juga tidak akan terselesaikan dan terwujud tanpa dukungan, bantuan, serta kolaborasi dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terimakasih kami tujukan kepada para pelaku UMKM yang bersedia menjadi peserta dalam Kegiatan Program pendampingan yang dilaksanakan dengan pembuatan QRIS, pembuatan lokasi usaha pada Google Maps, serta penyediaan media promosi visual seperti poster dan spanduk. Ucapan terimakasih juga ditujukan kepada kontribusi tim penulis penelitian ini, baik dalam proses penyusunan materi, kegiatan pendampingan usaha, maupun dalam pengumpulan dan pengolahan data penelitian. Penulis berharap kegiatan digitalisasi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di tingkat desa.

REFERENSI

- Ahmadfaidlul, A. (2024). Strategi Pemberdayaan Umkm Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Ranugedang Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 187–193. <https://doi.org/10.47233/jpmittc.v3i2.2314>
- Aliyah, A. H. (2022). Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72.
- Auliya, R. T. (2025). Analisis Tantangan dan Peluang Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Mengembangkan Bisnis UMKM di Kota Semarang. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Business Research*, 2(1), 37–46.
- Dwi Andita, V. (2024). PENGARUH PENERAPAN DIGITAL ENTREPRENEURSHIP PADA PELAKU UMKM TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI KOTA JAMBI. *Deflasi (Jurnal Ekonomi)*, 2(2), 65–71. <https://doi.org/10.63736/jd.v2i2.251>
- Laziva, N., Atieq, M. Q., Program, M., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor*. Retrieved <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>

- Malik, A., Djaganata, A. Y., Kurniawan, N. E., & Oktavia, Y. (2024). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 7155–7169.
- Mellani, A., & Putri, N. E. (2024). SISTEM PEMBAYARAN NONTUNAI BERBASIS DIGITAL DI KABUPATEN ACEH BARAT. *Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam*, 2(1), 32–44.
- Pratama, L. D., Putri, A. Y., Yulia, N. A., & Lestari, W. (2022). PENDAMPINGAN UMKM BERBASIS DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF PRODUK DI DESA SUMBERBULU. *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 770–778. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.577>