


## Peluang Dan Tantangan Umkm Di Era Digital: Solusi Praktis Untuk Masyarakat Amanuban Barat

Andrias Umbu T.Anabuni <sup>1</sup>, Irma Linda Dewiaty <sup>2</sup>, Maria Sisilia Lou Kellen <sup>3</sup>, Plafianto jono karjo Himpi <sup>4</sup>, Dikky Mooy <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Kupang, Indonesia

E-mail: [Andreanabunii19@gmail.com](mailto:Andreanabunii19@gmail.com)

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.728>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 11 May 2025

Revised: 18 May 2025

Accepted: 26 May 2025

#### Kata kunci

Teaching Strategies,  
Students, English Language  
Instruction

#### Keywords

Strategi Pengajaran, Siswa,  
Pembelajaran Bahasa Inggris



### ABSTRACT

UMKM di Amanuban Barat, Nusa Tenggara Timur, merupakan tulang punggung perekonomian lokal dengan potensi besar, terutama dalam sektor pertanian, kerajinan tangan, dan produk lokal berbasis budaya. Namun, mayoritas UMKM di wilayah ini masih mengandalkan sistem konvensional dan belum terintegrasi dalam ekosistem ekonomi digital. Di era ekonomi digital, UMKM memiliki peluang besar untuk berkembang, antara lain: akses pasar yang lebih luas melalui platform digital, promosi produk dengan biaya rendah melalui media sosial, serta kemudahan dalam transaksi keuangan melalui teknologi finansial. Selain itu, produk-produk lokal memiliki daya tarik budaya yang kuat dan berpotensi menjadi produk unggulan jika dikemas dan dipasarkan secara modern. Namun, berbagai tantangan juga dihadapi. Tantangan utama mencakup keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi di kalangan pelaku UMKM, kurangnya akses terhadap pelatihan digital, serta lemahnya daya saing produk lokal di tengah masuknya produk dari luar melalui e-commerce. Sebagai solusi praktis, disarankan adanya pelatihan digital berbasis komunitas yang aplikatif dan mudah dipahami, pendirian pusat digital desa (digital hub) sebagai ruang belajar dan promosi, serta pemberdayaan generasi muda sebagai pendamping teknologi. Kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan pelaku UMKM menjadi kunci keberhasilan transformasi digital ini. Melalui pendekatan ini, UMKM Amanuban Barat diharapkan tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga tumbuh dan bersaing dalam era ekonomi digital secara berkelanjutan.

MSMEs in West Amanuban, East Nusa Tenggara, are the backbone of the local economy with great potential, especially in the agriculture, handicrafts, and culture-based local products sectors. However, the majority of MSMEs in this region still rely on conventional systems and have not been integrated into the digital economy ecosystem. In the era of the digital economy, MSMEs have great opportunities to develop, including: wider market access through digital platforms, low-cost product promotion through social media, and ease of financial transactions through financial technology. In addition, local products have a strong cultural appeal and have the potential to become superior products if packaged and marketed in a modern manner. However, various challenges are also faced. The main challenges include the limitations of digital infrastructure, low technological literacy among MSME actors, lack of access to digital training, and weak competitiveness of local products amid the influx of products from outside through e-commerce. As a practical solution, it is recommended that there be community-based digital training that is applicable and easy to understand, the establishment of a village digital hub as a learning and promotion space, and the empowerment of the younger generation as technology companions. Collaboration between universities, village governments, and MSME actors is the key to the success of this digital transformation. Through this approach, West Amanuban MSMEs are expected to not only be able to survive, but also grow and compete in the digital economy era in a sustainable manner.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

**How to Cite:** Andrias Umbu T. Anabuni, et al (2025). Peluang Dan Tantangan Umkm Di Era Digital: Solusi Praktis Untuk Masyarakat Amanuban Barat , 3(4). 2133-2138 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.728>

## PENDAHULUAN

UMKM di wilayah Amanuban Barat, Kabupaten Timor Tengah Selatan, Nusa Tenggara Timur, merupakan bagian penting dalam struktur ekonomi lokal. Sebagian besar usaha mikro dan kecil di daerah ini bergerak dalam sektor perdagangan tradisional, produksi makanan lokal, peternakan rakyat, dan kerajinan tangan berbasis budaya. Usaha-usaha ini umumnya bersifat informal dan dikelola oleh individu atau keluarga tanpa badan hukum, tanpa pencatatan keuangan yang sistematis, serta minim pemanfaatan teknologi.

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan tokoh masyarakat serta beberapa pelaku UMKM setempat, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan aktivitas usahanya secara konvensional. Promosi produk masih dilakukan dari mulut ke mulut atau sekadar mengandalkan pelanggan tetap di pasar lokal. Sangat sedikit pelaku UMKM yang telah menggunakan media sosial, e-commerce, atau platform digital lainnya untuk memasarkan produk mereka. Sebagian bahkan belum memiliki smartphone atau belum memahami cara penggunaannya secara optimal.

Selain itu, akses terhadap infrastruktur penunjang digital juga masih terbatas. Jaringan internet di beberapa desa di Amanuban Barat belum stabil, dan belum tersedia pusat pelatihan teknologi yang terjangkau dan mudah diakses oleh masyarakat. Di sisi lain, pelatihan-pelatihan kewirausahaan yang bersifat digital masih sangat jarang, bahkan bisa dikatakan hampir tidak pernah menjangkau wilayah ini. Akibatnya, terjadi kesenjangan yang signifikan antara potensi lokal dan peluang yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi digital.

Namun, perlu dicatat bahwa masyarakat Amanuban Barat memiliki kekuatan lokal yang bisa dijadikan titik tolak pemberdayaan, seperti semangat gotong royong, jaringan komunitas yang erat, dan semangat wirausaha yang tinggi. Produk lokal seperti kerajinan anyaman, tenun, minyak kelapa, makanan tradisional berbasis singkong atau jagung, dan hasil peternakan lokal sebenarnya memiliki daya tarik tersendiri yang dapat dikemas secara digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Dengan melihat kondisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tantangan utama UMKM di Amanuban Barat dalam menghadapi era digital terletak pada rendahnya literasi digital pelaku UMKM, terbatasnya akses terhadap infrastruktur teknologi (internet, perangkat, dan pelatihan), kurangnya pendampingan dan fasilitasi dari pihak pemerintah, swasta, maupun akademisi dalam transformasi digital, keterbatasan dalam pengemasan produk, branding, dan strategi pemasaran digital.

Namun demikian, situasi ini juga membuka peluang besar. Dengan intervensi yang tepat, pelaku UMKM lokal bisa belajar untuk beradaptasi dengan teknologi secara bertahap. Melalui pelatihan digital berbasis komunitas, pendampingan pemasaran online, serta penguatan kapasitas kewirausahaan, UMKM di Amanuban Barat dapat mulai memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produknya, memperluas pasar, dan meningkatkan pendapatan. Analisis situasi ini menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat yang dirancang secara kontekstual dan partisipatif sangat diperlukan untuk mendorong percepatan transformasi digital UMKM. Pendekatan yang bersifat edukatif dan aplikatif sangat dibutuhkan agar masyarakat tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga pelaku aktif dalam ekonomi digital.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sebagian besar tenaga kerja di Indonesia. Di tingkat lokal, seperti di wilayah Amanuban Barat yang terletak di Kabupaten Timor Tengah Selatan, UMKM menjadi pilar penting dalam menciptakan kegiatan ekonomi produktif dan memperkuat ketahanan sosial masyarakat. Mayoritas pelaku UMKM di Amanuban Barat bergerak di sektor perdagangan tradisional, pertanian olahan, peternakan rakyat, serta kerajinan tangan berbasis budaya lokal. Kegiatan ekonomi ini umumnya dikelola secara turun-temurun dan berbasis keluarga, dengan sistem manajemen sederhana dan belum terstandarisasi. Meskipun demikian, semangat kewirausahaan masyarakat lokal sangat tinggi dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut, terutama jika didukung oleh strategi yang adaptif terhadap perubahan zaman.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, dunia usaha memasuki fase baru yang dikenal dengan era ekonomi digital. Digitalisasi telah mengubah cara pelaku usaha memproduksi, memasarkan,

hingga melayani konsumen. Teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas, memperkenalkan produknya melalui media sosial, serta memanfaatkan sistem pembayaran digital untuk transaksi yang lebih cepat dan aman. Sayangnya, transformasi ini belum sepenuhnya dirasakan oleh UMKM di wilayah pedesaan seperti Amanuban Barat.

Realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM di Amanuban Barat menghadapi keterbatasan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi digital. Faktor-faktor seperti minimnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, kurangnya pelatihan dan pendampingan, serta keterbatasan modal menjadi penghambat utama. Banyak pelaku UMKM masih belum mengetahui bagaimana menggunakan media sosial untuk promosi, belum terbiasa dengan aplikasi kasir digital, dan belum memahami konsep branding digital yang bisa meningkatkan nilai jual produk mereka.

Padahal, di balik tantangan tersebut, terdapat peluang besar yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM lokal. Produk khas Amanuban Barat seperti hasil olahan pertanian, kerajinan dari bahan alam, serta makanan tradisional memiliki potensi untuk dipasarkan ke luar daerah, bahkan mancanegara, apabila dikelola secara tepat melalui pendekatan digital. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan dan pelatihan yang terstruktur, pelaku UMKM dapat belajar mengenal platform digital, memanfaatkan marketplace, hingga menggunakan media sosial secara optimal untuk pemasaran.

Oleh karena itu, penting untuk menghadirkan solusi praktis dan kontekstual yang dapat menjawab tantangan sekaligus membuka peluang bagi UMKM di Amanuban Barat. Solusi tersebut haruslah bersifat aplikatif, mudah diakses, dan relevan dengan kondisi lokal. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM secara individual, tetapi juga untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan lokal berbasis digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan akan muncul pola-pola baru dalam pemberdayaan UMKM yang mampu menjembatani kesenjangan antara potensi lokal dan tuntutan era digital. Dengan demikian, UMKM di Amanuban Barat tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh dan berkembang secara kompetitif di tengah arus transformasi digital global.

## **METODE**

### **Metode Pelaksanaan Kegiatan IbM**

Pelaksanaan kegiatan ini akan dilakukan secara partisipatif, kolaboratif, dan edukatif dengan melibatkan langsung pelaku UMKM, tokoh masyarakat, serta mitra lokal di wilayah Amanuban Barat. Metode yang digunakan mencakup tahapan identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan langsung, dan evaluasi keberlanjutan. Secara garis besar, metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi:

1. Observasi dan Identifikasi Kebutuhan Mitra  
Tahapan awal dilakukan dengan mengunjungi lokasi UMKM binaan dan melakukan diskusi kelompok terarah (FGD) bersama pelaku usaha dan perangkat desa. Kegiatan ini bertujuan untuk:
  - a. Menggali permasalahan utama yang dihadapi UMKM.
  - b. Mengidentifikasi potensi produk lokal yang memiliki nilai jual.
  - c. Menentukan pendekatan pelatihan dan pendampingan yang paling sesuai dengan kondisi mitra.
2. Pelatihan Peningkatan Literasi Digital dan Kewirausahaan  
Setelah kebutuhan mitra diketahui, dilakukan pelatihan yang difokuskan pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek berikut:
  - a. Pelatihan Literasi Digital: penggunaan smartphone, internet, email, dan media sosial dasar.
  - b. Pelatihan Pemasaran Digital: cara membuat akun bisnis di WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok, serta penggunaan marketplace lokal/nasional.
  - c. Pelatihan Branding dan Kemasan Produk: teknik pengemasan yang menarik, desain label, dan penentuan harga jual.
  - d. Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana: menggunakan aplikasi keuangan seperti BukuWarung atau Excel.

Pelatihan dilakukan dalam bentuk workshop interaktif, praktik langsung, dan diskusi kasus. Setiap peserta akan dibagi dalam kelompok kecil untuk memudahkan pemahaman dan praktik.
3. Pendampingan Individu dan Monitoring  
Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian akan melakukan kunjungan lapangan untuk melakukan pendampingan langsung di lokasi usaha. Fokus pendampingan meliputi:

- a. Praktik langsung penggunaan media sosial untuk promosi produk.
  - b. Upload produk ke platform online.
  - c. Pendampingan desain logo dan pembuatan narasi promosi (copywriting sederhana).
  - d. Bantuan teknis penggunaan aplikasi keuangan dan pembuatan laporan sederhana.  
Pendampingan dilakukan secara berkala dan bersifat **coaching on the spot**, agar pelaku UMKM terbiasa mengaplikasikan materi pelatihan dalam kegiatan usahanya sehari-hari.
4. Evaluasi dan Umpan Balik  
Evaluasi dilakukan pada dua tahap:
- a. Evaluasi Formatif, selama proses pelatihan dan pendampingan untuk melihat sejauh mana peserta memahami dan menerapkan materi.
  - b. Evaluasi Sumatif, di akhir kegiatan melalui kuisisioner dan wawancara mendalam dengan peserta untuk mengukur dampak kegiatan terhadap perubahan pola usaha mereka.  
Selain itu, dokumentasi kegiatan (foto/video, testimoni mitra, dan laporan kemajuan) akan dikumpulkan untuk menjadi bahan refleksi dan pengembangan program di masa depan.
5. Penyusunan Laporan dan Rekomendasi  
Tim pengabdian akan menyusun laporan kegiatan secara sistematis serta menyampaikan rekomendasi tindak lanjut kepada pihak mitra, pemerintah desa, dan dinas terkait agar kegiatan serupa dapat diperluas jangkauannya atau diintegrasikan dalam program pemberdayaan desa secara berkelanjutan.

### **Prosedur Kerja**

Pelaksanaan kegiatan IBM ini dirancang secara sistematis agar tepat sasaran, efisien, dan berdampak nyata bagi masyarakat pelaku UMKM di Amanuban Barat. Berikut adalah tahapan prosedur kerja yang akan dilakukan:

1. Tahap Persiapan (Pra-Kegiatan)
  - a. Koordinasi awal dengan mitra: Melakukan audiensi dan pendekatan awal dengan pelaku UMKM dan aparat desa/kelurahan setempat.
  - b. Survei kebutuhan: Mengidentifikasi jenis UMKM, potensi usaha, kendala yang dihadapi, serta kesiapan digital pelaku usaha.
  - c. Penyusunan modul pelatihan: Menyusun materi pelatihan praktis tentang pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan digitalisasi keuangan (QRIS, e-wallet, dll).
  - d. Rekrutmen peserta: Menentukan peserta utama kegiatan (UMKM aktif dan potensial) bekerja sama dengan mitra lokal.
2. Tahap Pelaksanaan
  - a. Pelatihan Digitalisasi UMKM
    - 1) Literasi digital dasar: pengenalan teknologi, keamanan digital, dan manfaat ekonomi digital
    - 2) Pemasaran digital: penggunaan WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, dan Tokopedia/Shopee
    - 3) Manajemen keuangan digital: pencatatan keuangan sederhana, penggunaan aplikasi keuangan gratis, dan pengenalan sistem pembayaran digital
  - b. Sesi Praktik Langsung
    - 1) Pembuatan akun bisnis dan konten promosi digital
    - 2) Simulasi transaksi daring
    - 3) Studi kasus dan diskusi kelompok
  - c. Pendampingan
    - 1) Mentoring individu dan kelompok untuk permasalahan spesifik
    - 2) Pendampingan intensif selama masa pascapelatihan (1 bulan)
3. Tahap Evaluasi dan Monitoring
  1. Evaluasi awal dan akhir: Mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan.
  2. Evaluasi praktik usaha: Melihat perubahan dalam aktivitas digital UMKM setelah pelatihan (misalnya, sudah memiliki akun bisnis online, mulai promosi di media sosial, dll).
  3. Laporan dan Dokumentasi: Menyusun laporan kegiatan dan testimoni peserta sebagai bukti capaian program.
4. Tahap Tindak Lanjut
  - a. Pembentukan grup komunitas UMKM digital sebagai forum berbagi dan saling belajar.

- b. Rekomendasi kebijakan dan kerja sama lanjutan dengan pemerintah desa atau dinas terkait untuk keberlanjutan program.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Hasil***

Dari kegiatan pengamatan, diskusi, dan identifikasi kondisi UMKM di Amanuban Barat, diperoleh beberapa hasil sebagai berikut:

1. Peluang yang Bisa Dimanfaatkan
  - a. Banyak produk lokal seperti tenun ikat, makanan tradisional (makanan olahan ubi, jagung), kerajinan tangan, sangat potensial dipasarkan secara online.
  - b. Minat masyarakat, terutama generasi muda, terhadap bisnis digital mulai tumbuh.
  - c. Dukungan pemerintah daerah terhadap UMKM, seperti program pelatihan dan pembiayaan, mulai tersedia walau belum merata.
  - d. Beberapa UMKM sudah memanfaatkan media sosial (seperti Facebook dan WhatsApp) untuk promosi sederhana.
2. Tantangan Utama yang Dihadapi:
  - a. Rendahnya literasi digital: Sebagian besar pelaku UMKM belum memahami penggunaan marketplace, teknik pemasaran digital, atau pembayaran online.
  - b. Keterbatasan infrastruktur: Akses internet yang belum merata di desa-desa menghambat pemasaran online.
  - c. Keterbatasan modal: Sulit bagi UMKM untuk berinvestasi dalam peralatan digital, kemasan yang menarik, dan strategi pemasaran.
  - d. Kualitas produk dan manajemen usaha yang masih perlu ditingkatkan agar bisa bersaing di pasar lebih luas.
3. Solusi Praktis yang Direkomendasikan:
  - a. Pelatihan keterampilan digital berbasis komunitas, dimulai dari pelatihan dasar: membuat akun marketplace, memotret produk, menulis deskripsi menarik.
  - b. Program inkubasi bisnis lokal dengan melibatkan anak muda sebagai pendamping digital UMKM.
  - c. Penyediaan sarana internet di kantor desa atau balai warga sebagai pusat pemasaran bersama.
  - d. Branding produk Amanuban Barat melalui label/sertifikasi lokal untuk meningkatkan kepercayaan pasar.
  - e. Fasilitasi pembiayaan mikro untuk mendukung peralatan digital (smartphone, laptop, koneksi internet) dan kemasan produk.

### **Pembahasan**

#### **1. Peluang Digitalisasi bagi UMKM Amanuban Barat**

UMKM di Amanuban Barat memiliki produk khas dan cerita budaya yang unik. Hal ini sangat cocok untuk digital storytelling yang sedang menjadi tren pemasaran. Dengan memanfaatkan e-commerce dan media sosial, produk lokal bisa dikenal di tingkat nasional bahkan internasional. Era ekonomi digital memberikan akses pasar yang lebih luas tanpa harus meninggalkan kampung halaman.

Contoh konkret: Tenun ikat khas Amanuban Barat dipasarkan lewat Instagram bisa menarik pembeli dari Jakarta hingga luar negeri.

#### **2. Tantangan yang Harus Diatasi**

Namun, potensi ini belum maksimal karena banyak pelaku UMKM masih gagap teknologi. Tanpa penguasaan minimal digital, mereka akan tertinggal. Masalah internet, modal, dan skill digital menjadi penghambat utama. Bila dibiarkan, UMKM akan kalah bersaing dengan produk-produk dari luar daerah.

#### **3. Pentingnya Pendekatan Solusi Praktis**

Masyarakat Amanuban Barat membutuhkan solusi yang sederhana, murah, dan berkelanjutan.

Misalnya:

- a. Pelatihan jangan sekali dua kali, tapi berkelanjutan.
- b. Fokus pada alat-alat yang sudah mereka miliki (misal: HP Android sederhana).
- c. Gunakan platform yang familiar (seperti WhatsApp atau Facebook sebelum masuk ke Shopee/Tokopedia).

Kolaborasi dengan anak muda lokal sangat penting karena mereka lebih akrab dengan teknologi, dan bisa menjadi jembatan antara generasi lama pelaku UMKM dengan dunia digital.

### SIMPULAN

UMKM di Amanuban Barat, Kabupaten Timor Tengah Selatan, merupakan sektor strategis dalam menopang ekonomi lokal, dengan karakteristik usaha yang masih sangat tradisional, berbasis keluarga, dan minim pemanfaatan teknologi digital. Meski demikian, produk-produk lokal seperti tenun ikat, kerajinan tangan, dan makanan tradisional memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui digitalisasi. Tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM meliputi rendahnya literasi digital, terbatasnya infrastruktur internet dan perangkat digital, kurangnya pelatihan dan pendampingan, serta keterbatasan modal usaha. Di sisi lain, munculnya minat generasi muda terhadap bisnis digital, dukungan pemerintah yang mulai tumbuh, serta semangat wirausaha yang tinggi menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan. Transformasi digital UMKM di Amanuban Barat memerlukan pendekatan kontekstual dan aplikatif, seperti pelatihan digital berbasis komunitas, program inkubasi lokal yang melibatkan generasi muda sebagai pendamping, penyediaan akses internet publik, serta fasilitasi pembiayaan untuk peralatan dan pengemasan produk. Dengan intervensi yang tepat dan berkelanjutan, UMKM di Amanuban Barat berpotensi tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh secara kompetitif dalam ekonomi digital yang semakin berkembang.

### REFERENSI

- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Profil Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tahun 2020*. Jakarta: KemenkopUMKM.
- Kusnandar, V. B. (2022). "Jumlah UMKM di Indonesia Tembus 65 Juta". *Databoks - Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, P. B., & Wijayanti, L. M. (2020). "Pengaruh Transformasi Digital terhadap Kinerja UMKM di Era Industri 4.0". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 30-41. DOI: 10.31843/jmbi.v6i1.102
- Sari, P. M., & Widyastuti, U. (2021). "Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Masa Pandemi COVID-19". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(2), 150-162.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyani, S. R. (2021). "Pemberdayaan UMKM dalam Menghadapi Transformasi Digital: Studi Kasus di Indonesia". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 10(1), 45-58.
- Pratama, Y. & Dewi, R. (2022). *Transformasi Digital: Peluang dan Tantangan bagi UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Winarno, A. (2021). "Literasi Digital untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat". *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 88-97.
- Kominfo RI. (2022). "Transformasi Digital Nasional: Program dan Strategi Pemerintah". <https://kominfo.go.id>