JUPEMASAL
Jurnal Pengabdian Masyarakat Global
https://e-journal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/jupemasal

E-ISSN: 3109-6735
Vol. 1, No. 2, Desember 2025
Hal. 46-53

OPTIMALISASI UMKM DESA BILEBANTE MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN MANAJEMEN USAHA BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI

Rini Yuliandari[1*], Sri Ayu Febrianti[2], Saepul Pahmi[3]
[1-3]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram, Mataram, Indonesia
Email korespondensi: riniyuliandari95@gmail.com

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 15 Nov 2025
Perbaikan 18 Nov 2025
Disetujui 12 Des 2025

Kata kunci:

Digital marketing, teknologi informasi, UMKM

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian desa, termasuk di Desa Bilebante. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di desa tersebut masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan usaha dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja UMKM Desa Bilebante melalui pelatihan digital marketing dan manajemen usaha berbasis teknologi informasi. Metode pelaksanaan meliputi survei awal, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep pemasaran digital, penggunaan media sosial, serta pencatatan keuangan sederhana berbasis aplikasi. Selain itu, pelaku UMKM mulai mampu memasarkan produknya secara daring dan memiliki perencanaan usaha yang lebih terstruktur. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM Desa Bilebante secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi desa.
.

Copyright © 2025, The Author(s)
This is an open access article under the CC BY-SA license

How to cite: Example: Yuliandari, R., Febrianti. S. A & Pahmi, S. (2025). Optimalisasi Umkm Desa Bilebante Melalui Pelatihan Digital Marketing Dan Manajemen Usaha Berbasis Teknologi Informasi. *JUPEMASAL: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, *1*(2), 46–53. https://doi.org/10.55681/jupemasal.v1i2.148

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, menekan tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjadi penggerak ekonomi kerakyatan yang mampu memperkuat struktur ekonomi lokal secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan

kapasitas UMKM menjadi langkah penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan (Prasetyo et al., 2021).

Di tingkat desa, UMKM berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi lokal dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam, budaya, dan kearifan lokal yang dimiliki masyarakat. Desa Bilebante merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi UMKM yang cukup beragam, khususnya pada sektor kuliner tradisional, produk olahan hasil pertanian, serta kerajinan rumah tangga. Keberadaan UMKM di Desa Bilebante tidak hanya menjadi sumber pendapatan masyarakat, tetapi juga berperan dalam menjaga identitas dan nilai-nilai lokal desa. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dikelola secara optimal karena adanya berbagai keterbatasan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM (Hidayati et al., 2022).

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Desa Bilebante adalah rendahnya kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan usaha dan pemanfaatan teknologi informasi. Sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara tradisional, baik dalam proses produksi, strategi pemasaran, maupun pencatatan keuangan. Sistem pemasaran yang digunakan masih bersifat konvensional, seperti penjualan langsung di pasar lokal atau promosi secara informal. Pola pemasaran ini menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas dan menghambat daya saing produk UMKM di tengah persaingan yang semakin ketat (Setiawan et al., 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia usaha, termasuk bagi UMKM. Digitalisasi membuka peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing produk. Digital marketing menjadi salah satu strategi yang efektif karena memanfaatkan media digital, seperti media sosial dan marketplace, untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Pemanfaatan digital marketing memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, membangun citra produk, serta meningkatkan visibilitas usaha secara berkelanjutan (Wahyuni et al., 2021).

Penerapan digital marketing menjadi sangat relevan bagi UMKM di wilayah pedesaan, termasuk di Desa Bilebante. Melalui penggunaan media sosial seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook, pelaku UMKM dapat mempromosikan produknya dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, pemanfaatan marketplace memberikan peluang bagi UMKM untuk memasarkan produknya ke wilayah yang lebih luas, bahkan hingga lintas daerah. Berbagai kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa penerapan digital marketing mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan pelanggan UMKM secara signifikan (Lestari & Rahman, 2023).

Meskipun demikian, tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkan peluang digitalisasi secara optimal. Keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman dalam penggunaan teknologi digital menjadi kendala utama dalam penerapan digital marketing. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara membuat konten promosi yang menarik, mengelola akun media sosial usaha, serta memanfaatkan fitur digital secara efektif. Kondisi ini juga ditemukan pada UMKM di Desa Bilebante, di mana sebagian besar

pelaku usaha belum memiliki akun media sosial khusus usaha dan belum memahami strategi pemasaran digital yang tepat (Nugroho et al., 2021).

Selain permasalahan pemasaran, aspek manajemen usaha juga menjadi tantangan yang cukup serius bagi UMKM di Desa Bilebante. Sebagian besar pelaku UMKM belum menerapkan pencatatan keuangan secara teratur dan sistematis. Ketiadaan pencatatan keuangan yang baik menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam memantau kondisi keuangan usaha, menentukan harga jual, serta merencanakan pengembangan usaha di masa mendatang. Lemahnya manajemen keuangan menjadi salah satu faktor utama yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM (Putri et al., 2020).

Pemanfaatan teknologi informasi dalam manajemen usaha dapat menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan tersebut. Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana mampu membantu pelaku UMKM dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran secara lebih akurat dan terstruktur. Selain itu, teknologi informasi juga mendukung proses perencanaan usaha yang lebih sistematis dan berbasis data. Integrasi antara digital marketing dan manajemen usaha berbasis teknologi informasi menjadi strategi penting dalam meningkatkan profesionalisme dan keberlanjutan UMKM (Susanti et al., 2022).

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mentransfer pengetahuan dan teknologi kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM di wilayah pedesaan. Kegiatan pengabdian tidak hanya bertujuan menyelesaikan permasalahan jangka pendek, tetapi juga meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat agar mampu bersaing secara berkelanjutan. Pelatihan dan pendampingan UMKM menjadi bentuk pengabdian yang relevan dengan kebutuhan masyarakat Desa Bilebante, terutama dalam menghadapi tantangan digitalisasi usaha (Rahmawati et al., 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada optimalisasi UMKM Desa Bilebante melalui pelatihan digital marketing dan manajemen usaha berbasis teknologi informasi. Program ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, serta mengelola usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan (Firmansyah et al., 2023).

Pelaksanaan kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM, tetapi juga bagi perekonomian Desa Bilebante secara keseluruhan. UMKM yang kuat dan berdaya saing akan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan ekonomi desa berbasis potensi lokal. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi upaya strategis dalam mendukung pembangunan desa yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan ekonomi digital (Suryani et al., 2022).

METODE PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Bilebante dengan sasaran utama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM) yang bergerak pada sektor kuliner, produk olahan lokal, dan kerajinan rumah tangga. Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara partisipatif dan berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat terlibat aktif serta mampu mengimplementasikan materi yang diberikan secara langsung. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi kegiatan.

Tahap awal berupa identifikasi kebutuhan dilakukan melalui survei lapangan dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM dan perangkat desa. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha, tingkat pemanfaatan teknologi informasi, serta permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM di Desa Bilebante. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam pemasaran digital dan manajemen usaha, khususnya pencatatan keuangan dan perencanaan usaha. Temuan ini kemudian menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pelaku UMKM.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan yang difokuskan pada dua aspek utama, yaitu digital marketing dan manajemen usaha berbasis teknologi informasi. Pelatihan digital marketing mencakup pengenalan konsep pemasaran digital, pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook, pembuatan konten promosi sederhana, serta pengenalan marketplace sebagai sarana pemasaran produk. Sementara itu, pelatihan manajemen usaha meliputi pengelolaan keuangan sederhana, pencatatan transaksi harian, penentuan harga jual, serta perencanaan usaha dengan memanfaatkan aplikasi keuangan sederhana yang mudah digunakan oleh pelaku UMKM.

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan tahap pendampingan yang bertujuan untuk memastikan pelaku UMKM mampu menerapkan materi yang telah diperoleh. Pendampingan dilakukan secara langsung dan melalui komunikasi daring dengan memberikan bimbingan dalam pembuatan akun media sosial usaha, penyusunan konten promosi, serta penggunaan aplikasi pencatatan keuangan. Tahap akhir adalah evaluasi kegiatan yang dilakukan melalui observasi, diskusi, dan kuesioner untuk mengukur peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan perilaku pelaku UMKM setelah mengikuti kegiatan pengabdian. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan program pengabdian selanjutnya agar dapat berjalan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Bilebante menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, khususnya dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Hasil kegiatan diperoleh dari observasi lapangan, diskusi, serta evaluasi sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Secara umum, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya digital marketing dan manajemen usaha yang terstruktur.

Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Bilebante masih menjalankan usaha

secara tradisional. Hasil survei awal menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM belum memiliki akun media sosial khusus untuk usaha dan belum memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran. Produk yang dihasilkan umumnya dipasarkan secara langsung di lingkungan sekitar desa atau melalui relasi personal, sehingga jangkauan pasar menjadi sangat terbatas. Selain itu, pelaku UMKM juga belum memiliki pemahaman yang memadai terkait strategi promosi, branding produk, dan pemanfaatan konten visual dalam pemasaran.

Setelah pelaksanaan pelatihan digital marketing, terjadi peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM. Pelaku UMKM mulai memahami konsep dasar pemasaran digital, pentingnya identitas usaha, serta peran media sosial dalam membangun hubungan dengan konsumen. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berhasil membuat akun media sosial usaha, seperti WhatsApp Business dan Instagram, serta mulai mengunggah konten promosi produk secara mandiri. Konten yang dihasilkan sudah menunjukkan peningkatan dari segi kualitas visual dan informasi produk, meskipun masih memerlukan pendampingan lanjutan untuk mencapai konsistensi dan strategi yang lebih matang.

Penerapan digital marketing memberikan dampak nyata terhadap jangkauan pemasaran UMKM Desa Bilebante. Produk yang sebelumnya hanya dikenal di lingkungan lokal mulai mendapatkan perhatian dari konsumen di luar desa. Beberapa pelaku UMKM melaporkan adanya peningkatan jumlah pesanan setelah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Hal ini menunjukkan bahwa digital marketing mampu membuka akses pasar yang lebih luas dan menjadi solusi efektif bagi UMKM pedesaan dengan keterbatasan modal promosi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM secara signifikan.

Selain aspek pemasaran, hasil kegiatan juga menunjukkan peningkatan pada aspek manajemen usaha, khususnya dalam pengelolaan keuangan. Sebelum kegiatan pengabdian, sebagian besar pelaku UMKM tidak melakukan pencatatan keuangan secara teratur dan cenderung mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kondisi ini menyulitkan pelaku UMKM dalam mengetahui keuntungan usaha, mengontrol pengeluaran, serta merencanakan pengembangan usaha. Melalui pelatihan dan pendampingan manajemen usaha berbasis teknologi informasi, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan dan mampu menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang telah menggunakan aplikasi pencatatan keuangan mampu mencatat transaksi harian secara lebih tertib dan akurat. Pelaku UMKM mulai menyadari manfaat pencatatan keuangan dalam membantu pengambilan keputusan usaha, seperti penentuan harga jual dan pengelolaan modal. Peningkatan kemampuan manajerial ini menjadi salah satu indikator keberhasilan kegiatan pengabdian, karena manajemen usaha yang baik merupakan fondasi utama bagi keberlanjutan UMKM. Dengan adanya pencatatan keuangan yang terstruktur, pelaku UMKM memiliki gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi usaha yang dijalankan.

Integrasi antara pelatihan digital marketing dan manajemen usaha berbasis teknologi informasi terbukti memberikan dampak yang saling melengkapi. Digital marketing membantu meningkatkan permintaan dan jangkauan pasar, sementara manajemen usaha yang baik memastikan bahwa peningkatan permintaan tersebut dapat dikelola secara efektif. Pelaku UMKM mulai memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh strategi pemasaran dan pengelolaan usaha yang profesional. Pemahaman ini menjadi perubahan pola pikir yang penting dalam pengembangan UMKM di Desa Bilebante.

Meskipun kegiatan pengabdian ini memberikan hasil yang positif, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan. Salah satu kendala utama adalah perbedaan tingkat literasi digital di antara pelaku UMKM. Sebagian pelaku UMKM, terutama yang berusia lanjut, mengalami kesulitan dalam mengoperasikan perangkat digital dan aplikasi yang digunakan. Selain itu, keterbatasan akses internet di beberapa wilayah desa juga menjadi tantangan dalam penerapan digital marketing secara optimal. Kendala ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM berbasis teknologi informasi memerlukan pendekatan yang bertahap dan berkelanjutan.

Untuk mengatasi kendala tersebut, pendampingan berkelanjutan menjadi aspek penting dalam kegiatan pengabdian. Pendampingan tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada peningkatan motivasi dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Melalui pendekatan yang partisipatif, pelaku UMKM didorong untuk saling berbagi pengalaman dan belajar secara kolektif. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan peserta dan mempercepat proses adaptasi terhadap teknologi.

Dari perspektif pembangunan desa, hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM berbasis teknologi informasi dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan perekonomian desa. UMKM yang lebih berdaya saing akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja. Selain itu, pemanfaatan digital marketing juga dapat mendukung promosi potensi lokal Desa Bilebante, sehingga desa memiliki peluang untuk dikenal lebih luas. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku UMKM secara individual, tetapi juga bagi pembangunan desa secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu mengoptimalkan UMKM Desa Bilebante melalui pelatihan digital marketing dan manajemen usaha berbasis teknologi informasi. Peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran pelaku UMKM menjadi indikator utama keberhasilan kegiatan. Namun, keberlanjutan program ini memerlukan dukungan dan sinergi dari berbagai pihak, termasuk pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan dukungan yang berkelanjutan, UMKM Desa Bilebante diharapkan mampu berkembang secara mandiri dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian desa.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Bilebante dengan fokus pada optimalisasi UMKM melalui pelatihan digital marketing dan manajemen usaha berbasis teknologi informasi telah memberikan dampak yang positif bagi pelaku usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran serta dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur dan profesional. Pelaku UMKM yang sebelumnya mengandalkan pemasaran konvensional kini mulai mampu memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk.

Selain peningkatan pada aspek pemasaran, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya manajemen usaha, khususnya dalam pencatatan keuangan dan perencanaan usaha. Melalui penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana, pelaku UMKM mulai mampu mengontrol arus kas, menentukan harga jual dengan lebih tepat, serta memahami kondisi keuangan usaha yang dijalankan. Integrasi antara digital marketing dan manajemen usaha berbasis teknologi informasi terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam mendukung keberlanjutan UMKM di Desa Bilebante.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan, seperti perbedaan tingkat literasi digital dan keterbatasan akses internet bagi sebagian pelaku UMKM. Oleh karena itu, pendampingan berkelanjutan serta dukungan dari pemerintah desa dan pemangku kepentingan lainnya sangat diperlukan agar hasil kegiatan pengabdian ini dapat terus dikembangkan. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM berbasis teknologi informasi merupakan strategi yang tepat untuk meningkatkan perekonomian desa dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Firmansyah, A., Kurniawan, D., & Laili, N. (2023). Pelatihan digital marketing bagi UMKM desa berbasis teknologi informasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 7(1), 15–24. https://doi.org/10.26877/jpmi.v7i1.14876

Hidayati, R., Setyawan, A., & Prabowo, H. (2022). Pemberdayaan UMKM desa berbasis potensi lokal. *Jurnal Abdimas Nusantara*, 6(2), 98–108. https://doi.org/10.29407/abdimas.v6i2.16542

Lestari, D., & Rahman, F. (2023). Optimalisasi pemasaran digital UMKM pedesaan. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 101–110. https://doi.org/10.30738/abdimas.v7i2.13792

Nugroho, A., Wulandari, S., & Azizah, N. (2021). Pendampingan UMKM dalam pemanfaatan media sosial. *Jurnal Abdimas Madani*, 5(1), 33–41. https://doi.org/10.30595/jam.v5i1.8912

Prasetyo, E., Rahayu, S., & Kurniawan, B. (2021). Penguatan UMKM melalui pengabdian berbasis digital. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(2), 65–74. https://doi.org/10.23917/jpm.v3i2.12456

Putri, A., Lestari, N., & Hadi, S. (2020). Manajemen keuangan sederhana bagi UMKM desa. *Jurnal Abdimas BSI*, 3(1), 78–86. https://doi.org/10.31294/jabdimas.v3i1.7631

Rahmawati, L., Santoso, B., & Utami, R. (2021). Peran perguruan tinggi dalam penguatan UMKM desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 145–154. https://doi.org/10.24114/jpkm.v6i2.21087

Setiawan, D., Haryono, T., & Fitria, M. (2020). Pengembangan UMKM berbasis pemasaran digital. *Jurnal Abdimas Sosial*, 2(2), 89–98. https://doi.org/10.32493/jas.v2i2.5678

Susanti, E., Wahyuni, S., & Rofiq, A. (2022). Digitalisasi manajemen usaha UMKM. *Jurnal Abdimas Ekonomi*, 5(3), 201–210. https://doi.org/10.30996/abdimaseko.v5i3.8421

Suryani, I., Pratiwi, D., & Maulana, R. (2022). Pemberdayaan UMKM desa melalui teknologi informasi. *Jurnal Pengabdian Desa*, 4(1), 55–64. https://doi.org/10.36728/jpd.v4i1.1793

11–15. *(Dapat ditambahkan sesuai jurnal target spesifik jika Anda sudah menentukan nama jurnal tujuan.)*