



Optimalisasi Digitalisasi UMKM sebagai Katalisator Penguatan Ketahanan Ekonomi Desa Balung Kulon Kecamatan Balung Kabupaten Jember Melalui Pelatihan Pemasaran Digital

Tiara Putri Maulida¹, Novita Restu Dewiyanti², Lady Indi Lamik³, Raidhatul Ulum⁴, Affan Nur Muhammad⁵, A. Royhan Abdillah⁶, & Illia Seldon Magfiroh⁷

^{1,7} Universitas Jember

^{2,4} Universitas Islam Jember

³ UIN Khas Jember

⁵ Universitas Dokter Soebandi Jember

⁶ Universitas PGRI Argopuro Jember

E-mail: illia.faperta@unej.ac.id

RIWAYAT ARTIKEL

Received : 25-08-2026

Revised : 01-09-2026

Accepted : 10-09-2026

KEYWORDS

Digitalization

MSMEs

Economic Resilience

KATA KUNCI

Digitalisasi

UMKM

Ketahanan Ekonomi

ABSTRACT

Current economic dynamics necessitate technological adaptation across all sectors, including rural economies. Balung Kulon Village, located in Balung Subdistrict, Jember Regency, boasts a Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector with strong local product potential. However, their growth is frequently hindered by a lack of digital literacy and a reliance on conventional market reach. This community service program aims to optimize the implementation of MSME digitalization as a catalyst for boosting local economic resilience. The applied methodology focuses on participatory empowerment through three primary stages: education on the urgency of digital marketing, practical training in e-commerce and social media management, and intensive mentoring in product branding. The results of the program indicate a notable improvement in the technical capacity of the target partners. MSME practitioners in Balung Kulon are now capable of independently managing their product catalogs across various digital platforms. The transformation from offline to online commerce has proven effective in shortening the distribution chain and expanding market access, thereby presenting a potential increase in daily revenue. In conclusion, the appropriate adoption of digital technology serves as a highly effective primary driver in building local economic resilience. Continued synergy between the village administration and local entrepreneurs is crucial for ensuring the sustainability of this digital ecosystem.

ABSTRAK

Dinamika ekonomi saat ini menuntut adaptasi teknologi di segala lini, termasuk pada skala ekonomi pedesaan. Desa Balung Kulon Kecamatan Balung, Kabupaten Jember, memiliki sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan potensi produk lokal yang kuat, namun ruang geraknya sering kali terhambat oleh minimnya literasi digital dan jangkauan pasar yang masih konvensional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan penerapan digitalisasi UMKM sebagai katalisator dalam mendorong ketahanan ekonomi warga. Pendekatan yang diterapkan berfokus pada pemberdayaan partisipatif melalui tiga tahapan utama yaitu edukasi urgensi pemasaran digital, pelatihan praktis manajemen *e-commerce* dan media sosial,

serta pendampingan intensif terkait branding produk. Hasil pelaksanaan program menunjukkan adanya peningkatan kapasitas teknis dari para mitra sasaran. Pelaku UMKM di Balung Kulon kini mampu mengelola katalog produk secara mandiri di platform digital. Transformasi dari sistem jual-beli luring ke daring ini terbukti mampu memangkas rantai distribusi dan membuka akses pasar yang lebih luas, yang berimplikasi pada potensi peningkatan omzet harian. Kesimpulannya, adopsi teknologi digital secara tepat guna sangat efektif menjadi penggerak utama dalam membangun resiliensi ekonomi lokal. Sinergi lanjutan antara pemerintah desa dan pelaku usaha sangat krusial untuk menjaga keberlanjutan ekosistem digital ini.

1. Pendahuluan

Pergeseran paradigma ekonomi menuju ekosistem digital telah menjadi prasyarat mutlak bagi keberlanjutan sektor usaha, tak terkecuali pada tingkat ekonomi pedesaan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) selalu menempati posisi sentral sebagai katup pengaman perekonomian nasional, terutama dalam menyerap tenaga kerja lokal dan mendistribusikan hasil pembangunan. Sebagaimana ditegaskan oleh Tambunan, T. T. H. (2019), UMKM terbukti memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menghadapi guncangan ekonomi dibandingkan usaha skala besar, asalkan mereka mampu beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang kini berpusat pada teknologi informasi.

Di Kabupaten Jember, khususnya di Desa Balung Kulon, Kecamatan Balung, sektor UMKM menyimpan potensi sumber daya lokal yang sangat menjanjikan. Produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat desa setempat memiliki kualitas yang berdaya saing terutama yang bergerak pada usaha kuliner dan kerajinan. Sayangnya, potensi ini berbenturan dengan realitas di lapangan, ruang gerak UMKM masih sangat terbatas karena model pemasaran yang bertumpu pada cara konvensional. Rendahnya literasi digital, minimnya pemahaman terkait manajemen rantai pasok daring (*e-commerce*), dan belum terbentuknya identitas merek (*branding*) membuat produk dari Balung Kulon sulit menjangkau pasar di luar wilayah administratifnya.

Kondisi stagnasi pemasaran ini berisiko melemahkan ketahanan ekonomi warga, terutama ketika dihadapkan pada persaingan pasar yang semakin terbuka. Literatur terdahulu menunjukkan bahwa adopsi teknologi bukan lagi sebuah pilihan, melainkan keharusan untuk bertahan. Menurut Sugiri (2020), transformasi digital pada skala UMKM berfungsi sebagai katalisator yang tidak hanya memangkas biaya operasional dan memperpendek rantai distribusi, tetapi juga secara langsung berkontribusi pada penciptaan resiliensi

atau ketahanan ekonomi pelaku usaha secara berkelanjutan.

Berangkat dari kesenjangan antara besarnya potensi lokal dan minimnya adopsi teknologi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi sangat penting dan mendesak untuk dilaksanakan. Maksud dan tujuan utama dari program pengabdian ini adalah untuk mengoptimalkan digitalisasi UMKM di Desa Balung Kulon melalui intervensi edukasi, pelatihan platform digital, dan pendampingan branding. Signifikansi dari kegiatan ini terletak pada kemampuannya untuk memecahkan kebuntuan pemasaran lokal, mengubah kebiasaan transaksi luring menjadi daring yang lebih masif, dan pada akhirnya menjadikan digitalisasi sebagai instrumen utama dalam mendongkrak sekaligus menguatkan ketahanan ekonomi masyarakat Desa Balung Kulon secara mandiri dan berkelanjutan.

2. Tinjauan Literatur

2.1. Optimalisasi Digitalisasi UMKM sebagai Instrumen Penetrasi Pasar

Digitalisasi bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bukan sekadar peralihan dari pencatatan manual ke gawai, melainkan sebuah transformasi model bisnis secara menyeluruh. Dalam konteks ekonomi pedesaan seperti di Balung Kulon, optimalisasi digitalisasi mencakup pemanfaatan *e-commerce*, media sosial sebagai etalase virtual, hingga pengelolaan katalog produk yang terintegrasi. Puspita dan Widadi (2024) menegaskan bahwa inovasi teknologi merupakan variabel kunci yang secara langsung meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM lokal di tengah pasar bebas. Sejalan dengan itu, Afifah, L., & Putra, R. (2023) menemukan bahwa literasi pemasaran digital (*digital marketing*) secara signifikan memangkas biaya promosi konvensional hingga 40%, sekaligus memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya hanya terkurung pada wilayah administratif desa setempat. Dengan kata lain,

digitalisasi berfungsi sebagai infrastruktur tak kasat mata yang menjembatani produk lokal desa menuju konsumen skala nasional.

2.2. Ketahanan Ekonomi Berbasis Komunitas Pedesaan

Ketahanan (*resiliensi*) ekonomi dapat dimaknai sebagai kemampuan suatu entitas usaha dalam hal ini UMKM tingkat desa untuk bertahan terhadap guncangan pasar, beradaptasi dengan perubahan tren konsumsi, dan kembali pulih sekaligus mencetak pertumbuhan pendapatan. Andriani, dkk. (2024) memaparkan bahwa ketahanan ekonomi skala mikro sangat bergantung pada diversifikasi saluran penjualan. Ketika pelaku UMKM hanya mengandalkan penjualan tatap muka (*luring*), mereka sangat rentan terhadap fluktuasi permintaan lokal. Sebaliknya, Tasyakurina, N. B., et al. (2024) menyoroti bahwa pemanfaatan platform digital secara mandiri mampu menciptakan jaringan pengaman finansial bagi masyarakat desa. Kemandirian dalam mengelola pesanan daring dan transaksi nontunai terbukti memperlancar perputaran kas harian, yang bermuara pada penguatan stabilitas dan ketahanan ekonomi keluarga pelaku usaha.

2.3. Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat dalam Ekosistem Digital

Implementasi teknologi pada masyarakat pedesaan sering kali gagal jika menggunakan pendekatan top-down (*instruksi searah*). Oleh karena itu, metode pemberdayaan partisipatif menjadi krusial. Mirfaqo, M., et al. (2024) mengkaji bahwa pemberdayaan UMKM melalui digital marketing menuntut adanya pendampingan berkelanjutan, bukan sekadar sosialisasi satu arah. Program harus menyentuh ranah praktis, seperti tata cara mengunggah foto produk, membuat narasi iklan (*copywriting*), hingga manajemen layanan pelanggan daring. Lebih lanjut, Supriadi, A. (2024) memvalidasi bahwa pelatihan keterampilan digital yang berbasis komunitas (di mana pelaku UMKM saling belajar dan mengevaluasi di bawah bimbingan akademisi) jauh lebih efektif dalam mempercepat proses adopsi teknologi. Dalam konteks UMKM di Desa Balung Kulon, pemberdayaan ini tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membangun kepercayaan diri warga bahwa produk desa mereka layak dan mampu bersaing di pasar digital.

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, benang merah dari kegiatan pengabdian ini sangat jelas bahwa Pemberdayaan masyarakat yang tepat guna (melalui edukasi dan pendampingan) merupakan motor penggerak agar adopsi teknologi dapat berjalan maksimal. Optimalisasi digitalisasi UMKM

inilah yang kemudian bertindak sebagai katalisator (pemercepat) terbukanya akses pasar, efisiensi operasional, dan peningkatan omzet penjualan. Rentetan proses tersebut pada akhirnya secara kohesif bermuara pada terwujudnya tujuan utama, yakni penguatan ketahanan ekonomi masyarakat Desa Balung Kulon.

3. Metode

Kegiatan pengabdian ini didasari oleh kebutuhan untuk tidak sekadar menjadikan masyarakat Desa Balung Kulon sebagai objek pengabdian, melainkan sebagai subjek aktif yang terlibat penuh dalam proses pemecahan masalah. Untuk menguji efektivitas digitalisasi, pengabdian ini mengadopsi desain eksperimen sosial (*kuasi-eksperimental*) *One-Group Pretest-Posttest*. Dalam desain ini, menurut Kumagaya, Johannes dan Suyarti, Sri. (2026), variabel independen (*perlakuan*) adalah penerapan program digitalisasi UMKM, sedangkan variabel dependen (*hasil*) adalah peningkatan ketahanan ekonomi dan literasi digital. Adapun variabel kontrol yang diterapkan untuk menjaga validitas program adalah standarisasi intervensi pemberdayaan masyarakat. Artinya, seluruh mitra UMKM yang terpilih diberikan perlakuan yang sama persis, durasi pelatihan yang sama, modul materi pemasaran digital yang seragam, dan intensitas pendampingan yang setara. Hal ini dilakukan agar hasil akhir yang diukur murni karena intervensi program, bukan karena perbedaan perlakuan.

a. Tahap Pemetaan dan Pre - Test

Tahap awal berfokus pada penentuan garis dasar (*baseline*) kondisi UMKM di Balung Kulon. Tim melakukan observasi partisipatif dan wawancara mendalam untuk mengidentifikasi 30 pelaku UMKM lokal yang memenuhi kriteria inklusi (memiliki produk fisik, belum memiliki toko daring, dan bersedia mengikuti program hingga selesai). Sebelum program dimulai, peserta diberikan kuesioner *pre-test* untuk mengukur tingkat literasi digital dasar dan omzet penjualan *luring* mereka saat ini. Sasaran UMKM pada kegiatan pengabdian ini adalah usaha kuliner dan pengrajin.

b. Tahap Pelatihan

Pada tahap ini, variabel kontrol (modul pemberdayaan) diterapkan. Peserta diberikan pendampingan teori secara intensif selama dua hari berturut-turut. Materi difokuskan pada tiga pilar utama yaitu (a) Edukasi Urgensi Transformasi. Mengubah mindset pelaku usaha dari pola pikir pemasaran *luring* menjadi *luring-daring* (*omnichannel*). (b) Keterampilan Teknis *E-*

Commerce. Praktik langsung (simulasi) pembuatan akun bisnis di *marketplace* (seperti Shopee atau Tokopedia) dan aktivasi fitur gratis ongkir. (c) Optimasi Media Sosial. Pelatihan fundamental pengambilan foto produk menggunakan kamera gawai sederhana dan penyusunan kalimat promosi (*copywriting*) di Instagram dan WhatsApp Business.

c. Tahap Pendampingan

Pelatihan yang bersifat *hit-and-run* (sosialisasi lalu ditinggal) sering kali gagal memicu adopsi teknologi. Oleh karena itu, pasca-pelatihan, tim melakukan pendampingan *on-site* selama satu bulan penuh. Setiap peserta didampingi secara personal untuk memastikan katalog produk terunggah dengan benar, deskripsi produk informatif, dan akun toko mereka aktif merespons calon pembeli. Tahap ini berfungsi sebagai kontrol kualitas atas intervensi yang telah diberikan.

d. Tahap Evaluasi dan Pengukuran Hasil

Prosedur terakhir adalah membandingkan kondisi peserta sebelum dan sesudah intervensi. Indikator keberhasilan diukur melalui dua matriks utama antara lain Indikator Teknis, berkaitan dengan persentase peserta yang berhasil memiliki dan mengoperasikan toko daring secara mandiri dan Indikator Ekonomi yaitu Peningkatan jumlah interaksi dengan calon pembeli (*leads*) dan persentase pertumbuhan volume transaksi awal sejak toko daring diaktifkan. Pengukuran ini dilakukan melalui kuesioner *post-test* dan pengecekan dasbor analitik pada akun *e-commerce* masing-masing peserta.

4. Hasil

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Balung Kulon telah berjalan sesuai dengan desain *Participatory Action Research* (PAR) yang direncanakan. Berdasarkan evaluasi *pre-test* dan *post-test* serta observasi selama masa pendampingan, hasil kegiatan ini dapat diuraikan ke dalam tiga temuan utama yang saling berkesinambungan.

4.1. Kondisi Eksisting dan Peta Literasi Digital Mitra

Pada tahap pra-intervensi, hasil asesmen dilakukan pada 30 pelaku UMKM di Balung Kulon (mayoritas bergerak di sektor Kuliner dan Pengrajin). Data *pre-test* menunjukkan bahwa 80% mitra masih sangat bergantung pada sistem pemasaran konvensional, yakni dari mulut ke mulut atau menitipkan barang ke pengepul lokal. Tingkat literasi digital terkait pemasaran tergolong rendah, hanya 20% yang pernah mencoba menggunakan media sosial untuk promosi, itupun tanpa strategi

pengelolaan katalog atau branding yang terarah. Kendala utama yang dikeluhkan warga bukanlah kualitas produk, melainkan ketidaktahuan cara menjangkau konsumen di luar Kecamatan Balung.



Gambar 1. Pendampingan penentuan tag lokasi pada google maps di salah satu UMKM di Dusun Karanganom Desa Balung Kulon, Balung, Jember

4.2. Eskalasi Kapasitas Teknis dan Transformasi Operasional UMKM

Jawaban atas persoalan literasi tersebut mulai terlihat pasca-pelaksanaan Penyampaian materi dan pendampingan intensif. Melalui intervensi pelatihan teknis, terjadi lonjakan kapasitas yang signifikan. Data *post-test* mencatat 60% pelaku UMKM sasaran kini telah mampu mengoperasikan akun *e-commerce* (seperti Shopee/Tokopedia) dan WhatsApp Business secara mandiri.

Melalui Upaya ini membuktikan bahwa pendampingan *on-site* terbukti krusial dalam mengatasi hambatan teknis sekecil apa pun, seperti tata pencahayaan saat mengambil foto produk menggunakan gawai dan merumuskan deskripsi produk (*copywriting*) yang menarik. Etalase digital para mitra yang sebelumnya kosong atau tidak terstruktur, kini telah bertransformasi menjadi katalog virtual yang profesional dan siap bersaing.



Gambar 2. Pendampingan pembuatan banner produk pada salah satu UMKM di Dusun Krajan Tengah, Desa Balung Kulon, Balung, Jember

4.3. Digitalisasi sebagai Katalisator Penguatan Ketahanan Ekonomi

Temuan paling substansial dari pengabdian ini adalah pembuktian bahwa adopsi teknologi benar-benar berfungsi sebagai katalisator resiliensi ekonomi. Setelah satu bulan mengimplementasikan pemasaran daring, para mitra melaporkan adanya

perluasan jangkauan pasar. Berdasarkan pemantauan dasbor analitik toko digital para peserta, rata-rata terjadi peningkatan interaksi konsumen (*leads*) sebesar 25% yang berasal dari luar wilayah Jember.

Lebih lanjut, transformasi ini memutus panjangnya rantai distribusi konvensional. Pelaku UMKM di Balung Kulon kini dapat berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan konsumen akhir (B2C). Efisiensi rantai pasok ini berdampak langsung pada margin keuntungan yang lebih sehat. Beberapa mitra percontohan bahkan mencatatkan pertumbuhan omzet harian di kisaran 15% hingga 20% pada bulan pertama penerapan. Peningkatan omzet dan terbukanya saluran distribusi baru inilah yang menjadi indikator utama menguatnya ketahanan ekonomi. Ketika permintaan di pasar fisik lokal sedang lesu, UMKM Balung Kulon kini memiliki jaring pengaman berupa pesanan dari pasar daring. Dengan demikian, target pengabdian untuk menjadikan ekosistem digital sebagai fondasi kemandirian dan daya tahan ekonomi warga telah tercapai secara empiris.

5. Diskusi

a. Signifikansi Pendampingan Berkelanjutan (*Continuous Mentoring*)

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa eskalasi kapasitas teknis UMKM tidak terjadi pada saat penyampaian materi berlangsung, melainkan pada fase pendampingan intensif. Temuan ini sejalan dengan publikasi Widyastuti, A. R., & Pratama, B. (2022) yang menegaskan bahwa edukasi digital dengan metode sosialisasi satu arah (*hit-and-run*) memiliki tingkat keberhasilan adopsi di bawah 20%. Sebaliknya, pendekatan *Participatory Action Research* yang melibatkan bimbingan teknis on-site (seperti pendampingan copywriting dan fotografi produk di Balung Kulon) terbukti secara krusial menurunkan kecemasan teknologi (*technophobia*) pada masyarakat pedesaan. Artinya, variabel penentu keberhasilan digitalisasi bukanlah kecanggihan platformnya, melainkan intensitas interaksi antara fasilitator dan pelaku usaha.

b. Pemangkasan Rantai Pasok dan Ekspansi Pasar Terbuka

Peningkatan interaksi konsumen dari luar wilayah Jember yang dialami oleh mitra UMKM Balung Kulon membuktikan terjadinya efisiensi rantai distribusi. Realitas empiris ini mendukung kesimpulan Sudarma, A., Khairul Amal, M., & Candra Pertala, E. (2022), dalam riset pengabdiannya terkait optimalisasi *e-commerce*. Hasil pengabdian mencatat bahwa transisi dari

pemasaran luring yang sering kali bergantung pada tengkulak atau pengepul lokal ke sistem daring (B2C) secara otomatis memangkas biaya perantara. Di Balung Kulon, efisiensi ini bermanifestasi pada peningkatan margin keuntungan dan pertumbuhan omzet harian para mitra, membuktikan bahwa teknologi digital adalah instrumen paling rasional untuk meretas isolasi geografis produk desa.

c. Diversifikasi Saluran sebagai Bantalan Ketahanan Ekonomi

Secara konseptual, program ini menetapkan digitalisasi sebagai katalisator resiliensi ekonomi. Adanya saluran penjualan ganda (luring dan daring) memberikan stabilitas pendapatan bagi warga. Fenomena ini menguatkan argumen Putra, Y. S., Istiyani, A., & Khasanah, U. (2023) yang menyoroti bahwa UMKM pedesaan yang telah terintegrasi dengan ekosistem digital memiliki daya lenting (*resilience*) 60% lebih tinggi ketika menghadapi guncangan pasar lokal. Toko virtual yang dikelola oleh mitra UMKM Balung Kulon kini berfungsi sebagai bantalan peredam (*absorber*) ketika daya beli masyarakat di sekitar desa sedang menurun, sehingga roda ekonomi keluarga tetap berputar secara berkelanjutan.

6. Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian tahapan mulai dari pra-intervensi hingga pendampingan intensif, kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Balung Kulon telah membuktikan bahwa optimalisasi digitalisasi UMKM murni berfungsi sebagai katalisator penguatan ketahanan ekonomi lokal. Melalui pendekatan pemberdayaan yang partisipatif, program ini berhasil mengurai benang kusut keterbatasan pemasaran yang selama ini dialami oleh warga. Transformasi sistem penjualan dari konvensional menjadi terintegrasi dengan *e-commerce* dan media sosial terbukti efektif memangkas panjangnya rantai distribusi luring. Hasil konkretnya tidak hanya terlihat pada lonjakan literasi dan kemandirian teknis pelaku UMKM dalam mengelola etalase virtual mereka, tetapi juga pada terbukanya akses pasar yang jauh lebih luas melampaui batas geografis desa. Peningkatan interaksi konsumen dan potensi kenaikan omzet harian ini menjadi bukti empiris bahwa adopsi teknologi yang tepat guna mampu menciptakan "jaring pengaman" finansial, sehingga resiliensi ekonomi masyarakat Balung Kulon menjadi jauh lebih tangguh dalam menghadapi dinamika pasar.

Agar momentum transformasi digital ini tidak berhenti pasca-program pengabdian, terdapat

beberapa rekomendasi strategis yang perlu ditindaklanjuti antara lain (a) Bagi Pemerintah Desa Balung Kulon, diperlukan sinergi struktural berupa dukungan infrastruktur internet yang stabil di titik-titik kumpul warga, serta inisiasi pembentukan paguyuban UMKM digital. Paguyuban ini penting sebagai wadah interaksi antarpelaku usaha untuk saling berbagi informasi tren pasar dan menyatukan biaya logistik pengiriman barang, (b) Bagi Pelaku UMKM, diharapkan untuk terus menjaga konsistensi dalam merespons konsumen secara daring dan mulai membiasakan pencatatan arus kas harian menggunakan aplikasi keuangan sederhana. Untuk rancangan program selanjutnya perlu berfokus pada inovasi desain kemasan produk (packaging) dan manajemen legalitas usaha (seperti sertifikasi Halal atau PIRT), agar produk unggulan Balung Kulon tidak hanya siap secara digital, tetapi juga memenuhi standar ritel nasional.

7. Persembahan

Kami mengucapkan Terima Kasih kepada pemerintah Kabupaten Jember dan LP2M seluruh Perguruan Tinggi yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian Kolaboratif Jember. Terima Kasih kepada perangkat sekaligus masyarakat Desa Balung Kulon, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember serta mitra UMKM Kuliner dan Kerajinan yang ada di Desa Balung Kulon. Ucapan Terima Kasih kami haturkan juga kepada Dosen Pembimbing Lapangan, Ibu Illia Seldon Magfiroh yang telah banyak memberikan pendampingan selama pelaksanaan pengabdian Kolaboratif ini serta seluruh pihak terkait yang telah memberi kesempatan dan dukungan terhadap keberlangsungan program ini sehingga dapat berjalan dengan baik.

8. Referensi

- Afifah, L., & Putra, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 112-125.
- Andriani, dkk. (2024). Edukasi Ketahanan Usaha UMKM Melalui Program Digitalisasi. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 5(4), 1-8.
- Mirfaqo, M., et al. (2024). Pemberdayaan UMKM Masyarakat Melalui Digital Marketing Di Desa Jajar. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, Universitas Atma Jaya, 8(1), 52-60.
- Kumagaya, Johannes dan Suyarti, Sri. (2026). Pelatihan Pemasaran Digital untuk

Memperkuat Entrepreneurial Self-Efficacy pada UMKM Pedesaan Air Naningan, Kabupaten Tanggamus, Lampung. <https://journal.iainsambas.ac.id/index.php/pkm/article/view/5142>.

<https://doi.org/10.37567/pkm.v6i1.5142>

- Putra, Y. S., Istiyani, A., & Khasanah, U. (2023). Membangun Resiliensi UMKM Melalui Peran Digitalisasi dan Praktek Sumber Daya Manusia. *ProBank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 8(1), 1-15.
- Puspita, A., & Widadi, B. (2024). Inovasi Teknologi Guna Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM Dalam Rangka Ketahanan Ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1), 150-156.
- Sudarma, A., Khairul Amal, M., & Candra Pertala, E. (2022). Implementasi Model Sister Bisnis UMKM dalam Pelatihan Manajemen Rantai Pasok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 5(3), 967-971.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76-86
- Supriadi, A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan Keterampilan Digital Marketing Berbasis Komunitas Pelaku UMKM di Kota Serang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(1), 52-59.
- Tambunan, T. T. H. (2019). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Transformasi dan Tantangan. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Tasyakurina, N. B., et al. (2024). Kolaborasi Pemberdayaan dan Pendampingan UMKM Desa: Pemanfaatan Platform Digital terhadap Kemandirian Ekonomi Masyarakat UMKM Desa Klagen. *Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 10-26.
- Widyastuti, A. R., & Pratama, B. (2022). Pendampingan Berkelanjutan dalam Transformasi Digital UMKM: Studi Kasus di Jawa Timur. *Jurnal Pengembangan Masyarakat dan UMKM*, 4(2), 112-128.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).