

Pendampingan UMKM dalam Penerapan Teknologi Digital guna Meningkatkan Daya Saing Usaha

Dwi Arini Nursansiw¹, Armiani^{2*}, Himawan Sardju³

¹Universitas Mbojo, Kota Bima, NTB, Indonesia

²STIE AMM, Kota Mataram, NTB, Indonesia

³Universitas Khairun, Ternate, Maluku Utara, Indonesia

*Email: armiani198431s3@gmail.com

Abstrak: Teknologi digital dapat menjadi solusi untuk membantu para pelaku UMKM guna meningkatkan daya saing usahanya, dengan berbagai manfaat yang ditawarkan. Indonesia juga telah mengimplementasikan *roadmap* digital tahun 2021-2024 dan ekonomi digital nasional, yang berisi strategi mempercepat realisasi infrastruktur digital, guna mendorong kolaborasi yang menumbuhkan sinergi para *stakeholders*. Program PKM dengan tujuan mendampingi para pelaku UMKM guna memberikan edukasi dan praktek menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan dan daya saing usahanya. Metode PKM dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), pesertanya para pelaku UMKM yang berasal dari petani tembakau. Kegiatan ini juga didukung full oleh pemerintah melalui Dinas Perindustrian Provinsi NTB. Teknologi digital sebagai *tools* bagi UMKM guna keberlanjutan usahanya dan meningkatkan daya saing secara global, dengan beberapa manfaat (pemasaran, operasional, manajemen), Sehingga UMKM dapat menentukan dan memilih strategi bisnis yang tepat dalam penggunaan teknologi digital, salah satu teknologi digital yang dipraktekkan, yaitu pemanfaatan social media untuk pemasaran, diantaranya; Pembuatan *WhatsApp Business*, Email pribadi/bisnis, *face book business*, dan *Instagram*, serta *google business*, serta para UMKM medapatkan pengetahuan untuk menganalisa perhitungan profit dan dapat memprediksi perkembangan usahanya.

Kata kunci: Teknologi Digital; Daya Saing Usaha; UMKM

Abstract: *Digital technology can be a solution to help MSME players to increase their business competitiveness, with various benefits offered. Indonesia has also implemented the 2021-2024 digital roadmap and the national digital economy, which contains strategies to accelerate the realization of digital infrastructure, in order to encourage collaboration that fosters synergy among stakeholders. PKM program aims to assist MSME actors to provide education and practice using digital technology to increase sales and business competitiveness. PKM method with Participatory Action Research (PAR) approach, the participants are MSME actors who come from tobacco farmers. This activity is also fully supported by the government through the NTB Provincial Industry Office. Digital technology as a tool for MSMEs to sustain their business and increase competitiveness globally, with several benefits (marketing, operations, management), so that MSMEs can determine and choose the right business strategy in the use of digital technology, one of the digital technologies practiced, namely the use of social media for marketing, including; Creating WhatsApp Business, personal/business email, business face book, and Instagram, as well as google business, as well as MSMEs gain knowledge to analyze profit calculations and can predict business development.*

Keywords: *Digital Technology; Business Competitiveness; MSMEs*

Pendahuluan

Teknologi digital sudah tidak lagi dapat dipisahkan dari rutinitas kehidupan kita sehari-hari, termasuk dalam dunia bisnis dan transaksi bisnis. Teknologi digital dapat membawa berbagai manfaat bagi dunia usaha <https://news.bsi.ac.id>, termasuk meningkatkan daya saing (Susanto et al., 2020). Teknologi digital dapat menjadi solusi untuk membantu para pelaku UMKM guna meningkatkan daya saing usahanya. Teknologi digital menawarkan berbagai manfaat diantaranya: 1). Teknologi digital dapat membantu bisnis lebih efisien dan efektif (waktu dan tenaga), 2). Teknologi digital dapat meningkatkan produktivitas (kreatifitas atau inovasi produk), 3). Teknologi digital dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan 4). Teknologi digital dapat meningkatkan penjualan (Irmayani Noer et al., 2022; Saputri & Mawardi, 2022). Sehingga secara keseluruhan, teknologi digital dapat menjadi alat yang sangat efektif bagi aktivitas transaksi bisnis guna meningkatkan daya saing di pasar global (Echdar, 2018), <http://www.wantiknas.go.id/>. Indonesia telah mengimplementasikan beberapa inisiatif, seperti *roadmap* digital tahun 2021-2024, yang berisi strategi mempercepat realisasi infrastruktur digital, selain hal tersebut Indonesia juga mengembangkan kerangka ekonomi digital Nasional guna mendorong kolaborasi yang menumbuhkan sinergi para *stakeholders*. Sehingga bisnis yang dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar (Echdar, 2018; Rahman & Nurdian, 2021).

Di era digital, para pelaku UMKM harus mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saingnya (Armiani, Arini Nursansiwati, et al., 2021; Jamiat et al., 2020). UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dimana UMKM mampu berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengentaskan kemiskinan. Akan tetapi para pelaku UMKM belum memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Namun, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk terbatasnya akses terhadap teknologi digital. Hal tersebut dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti: keterbatasan pengetahuan dan keterampilan, keterbatasan modal, keterbatasan sumber daya, keterbatasan dari regulasi yang tidak ramah UMKM, persaingan yang cukup ketat, <https://ekonomi.bisnis.com/read>, dan <https://www.liputan6.com/bisnis/read>.

Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) sering mengadakan event skala internasional dan nasional, seperti *event MotoGp*, *event World Superbike* (WSBK), Pekan Olahraga Provinsi Nusa Tenggara Barat (PorProv NTB) dan tahun 2028 akan dilakukan event Pekan Olahraga Nasional (PON) yang menjadikan NTB menjadi tuan rumah. Sehingga ini ada peluang dan kesempatan bagi pelaku UMKM dapat berkompatitif secara global, hal tersebut tidak luput dari kemampuan para pelaku UMKM dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital (Armiani, Basuki, et al., 2021; Nizar et al., 2023; Nursansiwati et al., 2023). Sehingga para pelaku UMKM harus mampu memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan daya saing usahanya.

Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi yang menjelaskan terkait kewajiban Perguruan Tinggi dalam melaksanakan TriDharma (Pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan, pengabdian kepada masyarakat). Hal tersebutlah menjadi pedoman bagi kami untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat (PKM), dengan tujuan agar dapat memberikan pengaruh kebermanfaatannya bagi masyarakat dan lingkungan (Nursansiwati et al., 2023). Sehingga kami membentuk tim PKM yang berkolaborasi tiga kampus yaitu; Universitas Mbojo Bima dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram, serta kampus Universitas Khairun Ternate, bermitra dengan Dinas Perindustrian Prov NTB, untuk memberikan edukasi, pelatihan dan pendampingan pada para pelaku UMKM, dengan tujuan agar mampu menggunakan teknologi digital dengan tepat, sehingga bisnisnya mampu berdaya saing.

Metode Pelaksanaan

Penerapan metode pada program pengabdian kepada Masyarakat (PKM), dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) merupakan pendekatan yang prosesnya bertujuan untuk mengatasi masalah dan pemenuhan kebutuhan praktis masyarakat, dengan menekankan partisipasi dan tindakan anggota masyarakat yang membutuhkan dari kegiatan tersebut (Agus Afandi et al., 2022). Berfokus pada pemberdayaan Masyarakat paradigma dimulai dari hal yang sederhana dan menjadi bagian dari kebutuhan Masyarakat, kemudian akan meluas ke tingkat kelompok Masyarakat dan akhirnya menjangkau tingkat secara *global*.

Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, menunjukkan jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 64,2 juta unit usaha. Namun, UMKM masih menghadapi banyak kendala dan tantangan, salah satunya rendahnya daya saing. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya saing UMKM adalah penerapan teknologi digital. Sehingga tujuan dari kegiatan PKM ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pada para pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, dengan meningkatnya pemahaman dan keterampilan, diharapkan UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usahanya.

Program PKM dengan pendekatan Model *Participatory Action Research* (PAR) dapat ditinjau pada gambar 1 sebagai berikut;



Gambar 1, Tahapan program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR).

Program PKM ini, diadakan di Square Hotel Mataram, berlokasi; Jl. R. Suprpto No. 21A, Taman Sari, Kecamatan Ampenan, Kota Mataram NTB. Awal kegiatan ini dilakukan pada tanggal 1-5 November 2022, kegiatan ini dilakukan oleh Dinas Industri Provinsi NTB dengan peserta calon UMKM dan pelaku UMKM yang berasal dari Petani Tembakau. Selama kegiatan awal ini para peserta diberikan edukasi dari beberapa narasumber, yang salah satunya adalah bagaimana menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing bagi bisnis

yang dijalankan.

Pendampingan UMKM dalam penerapan teknologi digital ini merupakan program yang penting untuk membantu pelaku UMKM mengembangkan bisnisnya. Program ini dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang teknologi digital
2. Meningkatkan kapasitas dan keterampilan penggunaan teknologi digital bagi pelaku UMKM
3. Membantu pelaku UMKM dalam menyusun perencanaan bisnis yang baik
4. Meningkatkan daya saing produk UMKM
5. Membantu pelaku UMKM dalam mengakses pasar yang lebih luas

Pendampingan UMKM dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan UMKM. Program ini dapat membantu UMKM untuk menjadi lebih tangguh dan berdaya saing, sehingga dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional. Dinas Perindustrian Provinsi NTB telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan daya saing UMKM provinsi NTB. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, Dinas Perindustrian meningkatkan standar kualitas dari Narasumber dan para pendamping UMKM tersebut. Hal tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa pelatihan dan pendampingan UMKM memiliki kompetensi yang memadai untuk memberikan pendampingan yang berkualitas. Dengan berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah (Dinas Perindustrian Prov NTB), diharapkan pelatihan dan pendampingan UMKM dapat memberikan manfaat yang lebih besar dan berpengaruh bagi para pelaku UMKM di NTB.

Program PKM ini dilakukan secara *offline* dan *online* guna memaksimalkan manfaat *sharing* edukasi dari beberapa narasumber, dengan berbagai paparan materi (kegiatan Pelatihan) dan kegiatan pendampingan, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Memaparkan edukasi tentang pentingnya teknologi digital guna meningkatkan Daya saing Bisnis/usaha UMKM,
- 2) Memaparkan bagaimana memilih teknologi digital yang tepat untuk bisnis/usaha UMKM,
- 3) Memaparkan dan mempraktekkan penggunaan teknologi digital untuk bisnis/usaha UMKM,
- 4) Mendampingi dan mempraktekan salah satu social media yang dipake untuk bisnisnya,
- 5) Mendampingi cara menganalisa peningkatan omzet yang diperoleh setiap minggu atau setiap bulan.



**PENDAMPINGAN UMKM DALAM PENERAPAN
TEKNOLOGI DIGITAL GUNA MENINGKATKAN
DAYA SAING USAHA**

**Dwi Arini Nursansiwi, S.E., M.Ak
Dr. Armiani, S.E., M.Ak.,
Dr. Himawan Sardju, S.E., M.SM**

UMKM

1-5 Des 2022



Gambar 2: Bahan Pelatihan UMKM dalam Penerapan Teknologi Digital Guna Meningkatkan Daya Saing Usaha

Materi pemaparan yang disampaikan pada program kegiatan PKM, terkait Pelatihan UMKM dalam penerapan Teknologi Digital Guna meningkatkan Daya Saing Usaha, dibagi dengan beberapa sesi yang disampaikan oleh narasumber yaitu; Ibu Dwi Arini Nursansiwati, S.E., M.Ak., Ibu Dr. Armiani, S.E., M.Ak., dan Bapak Dr. Himawan Sardju, S.E., M.SM. Dalam penyampaian materi, tim memberikan dan *sharing* ilmu motivasi berwirausaha dan strategi bisnis yang tepat untuk mampu berdaya saing usaha UMKM di NTB.

Pembahasan

Hasil dari program kegiatan PKM ini positif, PKM ini didukung penuh oleh pemerintah NTB, khususnya Dinas Perindustrian Provinsi NTB. Kegiatan PKM dilaksanakan 5 hari dan diadakan di Square Hotel Mataram, berlokasi; Jl. R. Suprpto No. 21A, Taman Sari, Kecamatan Ampenan, Kota Mataram NTB. Para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan ini dan akan dilanjutkan dengan pendampingan pada peserta tersebut. Program kegiatan PKM ini sudah dilaksanakan dan dapat diperoleh hasil evaluasi diantaranya;

Tabel 1. Kondisi para pelaku UMKM sebelum mengikuti Pelatihan dan Pendampingan Program PKM

| No | Item / Komponen | Kondisi | Keterangan |
|----|---|---------|--|
| 1 | Manfaat Teknologi Digital | Kurang | Mayoritas pelaku UMKM tidak memahami dan mengetahui manfaat teknologi digital untuk meningkatkan penjualan UMKM. |
| 2 | Strategi Bisnis menggunakan Teknologi Digital | Kurang | Mayoritas pelaku UMKM penjualan produknya secara tradisional, sehingga tidak faham tentang strategi bisnis yang diterapkan dalam usahanya. |
| 3 | Cara Tepat memilih Teknologi Digital untuk UMKM | Kurang | Mayoritas pelaku UMKM menggunakan <i>WhatsApp</i> dan <i>face book</i> pribadi, |

| | | | |
|---|-------------------|--------|--|
| | | | sehingga produk penjualannya tidak pernah dipasarkan lewat <i>social media</i> (teknologi digital). |
| 4 | Analisis Keuangan | Kurang | Mayoritas pelaku UMKM tidak memiliki pencatatan keuangan, sehingga tidak mengetahui berapa profit dari usaha yang dijalankan tersebut. |

Tabel 2. Kondisi para pelaku UMKM setelah mengikuti Pelatihan dan Pendampingan Program PKM

| No | Item / Komponen | Kondisi | Keterangan |
|----|---|------------|--|
| 1 | Manfaat Teknologi Digital | Cukup Baik | Termotivasi belajar setelah diberikan pemahaman manfaat teknologi digital bagi UMKM, baik dari segi pemasaran, operasional, maupun manajemen. Beberapa manfaat teknologi digital bagi UMKM, diantaranya: <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jangkauan pasar 2. Meningkatkan efisiensi operasional 3. Meningkatkan kualitas produk dan layanan. |
| 2 | Strategi Bisnis menggunakan Teknologi Digital | Cukup Baik | Setelah memahami bahwa dengan menggunakan <i>tools</i> teknologi digital sebagai strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing usaha. Beberapa strategi bisnis menggunakan teknologi digital untuk UMKM: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran digital dengan menggunakan <i>social media</i> 2. Operasional digital dengan mengenalkan pelaporan keuangan secara digital 3. Manajemen dengan pengembangan produk, inovasi produk guna meningkatkan daya saing UMKM. |
| 3 | Cara Tepat memilih Teknologi Digital untuk UMKM | Cukup Baik | Cara tepat memilih teknologi digital yaitu mampu mempertimbangkan kebutuhan, sasaran pasar, serta kemampuan jangkauannya. Setelah diberikan pemahaman dan pengetahuan tentang digital pemasaran, para pelaku UMKM berantusias untuk membuat <i>WhatsApp business</i> , <i>Face book business</i> , dan email pribadi/bisnis, <i>Instagram</i> , serta <i>google business</i> . Hasil evaluasinya para pelaku UMKM |

| | | | |
|---|-------------------|------------|--|
| | | | sudah mulai menawarkan produknya dengan menggunakan digital marketing. Sehingga penjualan produk mulai meningkat. |
| 4 | Analisis Keuangan | Cukup Baik | <p>Teknologi digital dapat membantu UMKM untuk melakukan analisis keuangan dengan lebih mudah dan efisien. Ada banyak aplikasi dan perangkat lunak digital yang dapat digunakan UMKM untuk mencatat transaksi keuangannya, membuat laporan keuangan, dan menganalisis tren.</p> <p>Setelah diberikan pemahaman dan pengetahuan tentang pentingnya pencatatan laporan keuangan guna mengetahui profit atau peningkatan dari penjualannya.</p> <p>Hasil evaluasi; pelaku UMKM sudah mulai mencatat dan menghitung hasil dari penjualan dan biaya-biaya operasional yang dikeluarkan (kas masuk dan kas keluar). Sehingga pelaku UMKM dapat mengetahui perhitungan profit yang diperoleh dan dapat memprediksi perkembangan usahanya.</p> |

Ditinjau dari table 1 dan 2 diatas menunjukkan bahwa, para peserta program PKM (pelaku UMKM) ini, merasa terbantu dan tercerahkan untuk menggunakan teknologi digital sebagai *tools* keberlanjutan usahanya dan meningkatkan daya saing secara global. Teknologi digital memiliki banyak manfaat bagi UMKM, baik dari segi pemasaran, operasional, maupun manajemen usahanya (Jamiat et al., 2020; Nursansini & Armiani, 2023; Rahman & Nurdian, 2021), <https://news.bsi.ac.id/>. Sehingga UMKM dapat menentukan dan memilih strategi bisnis yang tepat dalam penggunaan teknologi digital, salah satu teknologi digital yang dipraktekkan, yaitu pemanfaatan social media untuk pemasaran, diantaranya; 1). Pembuatan *WhatsApp Business*, 2). Pembuatan Email pribadi/bisnis, 3). Pembuatan akunt *face book business*, dan 4). Pembuatan *Instagram*, serta 5). Pembuatan *google business*, (Nursansini & Armiani, 2023; Priambada, 2015; Rusdi & Armiani, 2023; Yusrul, 2019). Untuk mengukur kesuksesan dari bisnis/usaha yang dijalankan para peserta diberikan pengetahuan tentang Analisa keuangan terkait cara mengetahui peningkatan omzet akan mendapatkan laba atau tidak (Armiani, 2022a, 2022b; Srisadono, 2018), <https://midtrans.com/id>.

Kesimpulan

Dari uraian yang dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa para peserta program PKM (pelaku UMKM) ini, merasa terbantu dan tercerahkan untuk menggunakan teknologi digital sebagai *tools* keberlanjutan usahanya dan meningkatkan daya saing secara global. Teknologi digital memiliki banyak manfaat bagi UMKM, baik dari segi pemasaran, operasional, maupun manajemen usahanya. Sehingga UMKM dapat menentukan dan memilih strategi bisnis yang tepat

dalam penggunaan teknologi digital, salah satu teknologi digital yang dipraktikkan, yaitu pemanfaatan social media untuk pemasaran, diantaranya; 1). Pembuatan *WhatsApp Business*, 2). Pembuatan Email pribadi/bisnis, 3). Pembuatan akun *face book business*, dan 4). Pembuatan *Instagram*, serta 5). Pembuatan *google business*. untuk mengukur kesuksesan dari bisnis/usaha yang dijalankan. Serta para UMKM mendapatkan pengetahuan untuk menganalisa perhitungan profit dan dapat memprediksi perkembangan usahanya.

Untuk kegiatan PKM selanjutnya dapat disarankan untuk menambah peserta dari pelaku UMKM industry dan berasal dari usaha yang mikro, serta evaluasi lebih detail hasil dari penggunaan teknologi digital untuk perkembangan keberlanjutan usahanya.

Referensi

- Agus Afandi, Nabiela Laily, Noor Wahyudi, Muchammad Helmi Umam, Ridwan Andi Kambau, Siti Aisyah Rahman, Mutmainnah Sudirman, Jamilah, Nurhira Abdul Kadir, Syahrani Junaid, Serliah Nur, Rika Dwi Ayu Parmitasari, Nurdiyanah, Murzuki Wahid, & Jarot Wahyudi. (2022). *Diterbitkan oleh* (Suwendi). Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam RI. <http://diktis.kemenag.go.id>
- Armiani. (2022a). E-Commerce berbasis Cash On delivery Guna Meningkatkan Omset Penjualan Produk UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6, 668–676. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.639>
- Armiani, A. (2022b). E-Commerce berbasis Cash On delivery Guna Meningkatkan Omset Penjualan Produk UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *Owner : Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.639>
- Armiani, A., Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 300–320. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4892>
- Armiani, Arini Nursansiwati, D., Wardah, S., desthania prathama, B., Kartini, E., & Khazim Fauzi, A. (2021). Legalitas Usaha dan Digitalisasi Menjadi Faktor Keberlanjutan UMKM pada Masa New Normal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa (JPMF)*, 1–9. <https://doi.org/10.55927>
- Echdar, S. (2018). Strategi Usaha Kecil Ritel Untuk Meningkatkan Kinerja Dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Di Kota Makassar). *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 18(3), 311–329. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2014.v18.i3.146>
- Irmayani Noer, Agus Ambarwari, Dewi Kania Widyawati, & Evi Yuniarti. (2022). Pendampingan Digital marketing pada Pelaku UMKM dalam Upaya Peningkatan Efisiensi Penjualan di Era Transisi Menuju Endemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Nasional*, 3(2), 109–117.
- Jamiat, N., Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi, P., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi*, 6(1). <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017->
- Nizar, M., Fahmul Iltiham, M., Rakhmawati Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan Jl Yudharta No, A., & Purwosari Pasuruan, S. (2023). *MENINGKATKAN*

KEMAMPUAN DIGITAL MASYARAKAT LOKAL MELALUI PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL. 8(2).

Nursansini, D. A., & Armiani, A. (2023). PERAN MEDIA SOSIAL MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DI NTB. *EDUSAINTEK: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 11(1), 76–86. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v11i1.1007>

Nursansiwi, D. A., Wardah, S., & Armiani, A. (2023). Urgensi Legalitas Usaha, Literasi Keuangan dan Fintech dalam Memulai Bisnis pada Masa New Normal. *Dst*, 3(1), 94–103. <https://doi.org/10.47709/dst.v3i1.2689>

Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil. *Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil, November*, 43–46.

Rahman, T., & Nurdian, Y. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Pemasaran Toko Roti Di Pabian Sumenep. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i3.4727>

Rusdi, & Armiani. (2023). Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah. In *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 4).

Saputri, N. A., & Mawardi, F. D. (2022). Pendampingan Pengelolaan Umkm melalui Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm di Kota Batu. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 3(2), 155–163. <https://doi.org/10.22219/janayu.v3i2.21976>

Srisadono, W. (2018). Strategi Perusahaan E-Commerce Membangun Brand Community di Media Sosial dalam Meningkatkan Omset Penjualan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 167–179. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/viewFile/552/279>

Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syauckani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>

Yusrul, H. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Dan Promosi. 1* (June), 1–10.

Download

<https://news.bsi.ac.id/2023/04/13/teknologi-digital-tingkatkan-saing-umkm/>

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5383077/sederet-tantangan-umkm-kualitas-produk-rendah-hingga-pemasaran-terbatas>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20230829/9/1689447/bank-indonesia-ungkap-4-masalah-dan-tantangan-umkm-indonesia>

<http://www.wantiknas.go.id/id/berita/menko-airlangga-akselerasi-transformasi-digital-menjadi-kunci-peningkatan-potensi-daya-saing-global-dan-pembangunan-jangka-panjang>

Jurnal Abdi Masyarakat Nusantara

Volume 1, No 1 (2023), pp 1-100

<https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JURDIASRA>

DOI :

<https://midtrans.com/id/blog/apa-itu-omset>

