

## **MEMPERKUAT KETAHANAN NASIONAL DENGAN PENINGKATAN LITERASI EKONOMI LITERASI DIGITAL MASYRAKAT MELALUI DIGITALISASI PRODUK UMKM**

**Erly Krisnanik, Ati Zaidiah, Bambang Saras Yulistiawan, Intan Hesti Indriana**

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta  
*erlykrisnanik@upnvj.ac.id.*

### **Abstract**

National resilience is a crucial aspect in facing global challenges and changes, where increasing economic literacy and people's digital literacy are important elements. Digitization of MSME products is an effective solution to support national resilience through increasing technology-based economic capabilities. This service aims to improve the economic and digital literacy of MSME actors in Baros District, Serang, Banten, which still face various obstacles, such as a lack of understanding of the benefits of information technology, technical limitations, and concerns about initial investment. To overcome this problem, the service team provides digital literacy training on the use of information technology, including the use of Google Business for product promotion and photo box studio tools to create high-quality product photos. The method used is learning by doing with a continuous training and mentoring approach, involving five students from various study programs to support the implementation of activities. The output target of the activity is to support an increase in sales of MSME products, which has a positive impact on strengthening national resilience through empowering the digital economy. The results of community service activities in the form of shop houses for MSMEs using the google my business (GMB) application to promote and market products.

*Keywords: UMKM, Digital Literacy, Product Photos, Google\_My\_Business.*

### **Abstrak**

Ketahanan nasional merupakan aspek krusial dalam menghadapi tantangan dan perubahan global, di mana peningkatan literasi ekonomi dan literasi digital masyarakat menjadi elemen penting. Digitalisasi produk UMKM menjadi solusi efektif untuk mendukung ketahanan nasional melalui peningkatan kemampuan ekonomi berbasis teknologi. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi ekonomi dan digital pelaku UMKM di Kecamatan Baros, Serang, Banten, yang masih menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya pemahaman manfaat teknologi informasi, keterbatasan teknis, dan kekhawatiran terhadap investasi awal. Untuk mengatasi permasalahan ini, tim pengabdian memberikan pelatihan literasi digital pemanfaatan teknologi informasi, termasuk penggunaan Google Business untuk promosi produk dan alat studio foto box untuk menciptakan foto produk berkualitas tinggi. Metode yang digunakan adalah learning by doing dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan, melibatkan lima mahasiswa dari berbagai program studi untuk mendukung pelaksanaan kegiatan. Target luaran dari kegiatan adalah mendukung peningkatan penjualan produk UMKM, yang memberikan dampak positif pada penguatan ketahanan nasional melalui pemberdayaan ekonomi digital. Hasil dari kegiatan abdimas berupa rumah toko bagi UMKM menggunakan aplikasi google my business (GMB) untuk mempromosikan dan memasarkan produk.

*Keywords: UMKM, Literasi\_Digital, Foto\_Produk, Google\_My\_Business.*

## PENDAHULUAN

Kecamatan Baros merupakan salah satu daerah yang berada di Kabupaten Serang Banten yang memiliki luas daerah sebesar 35,47 KM<sup>2</sup>. Dengan jumlah desa sebanyak 73, RW sebanyak 78 dan RT sebanyak 234. Berdasarkan hasil survei pengabdian memilih kecamatan Baros sebagai objek tempat pengabdian memberikan penyuluhan dan pendampingan untuk penerapan aplikasi sistem kependudukan yang terintegrasi. Jumlah desa di kecamatan Baros sebanyak 14 desa yang dimana 13 desa sudah masuk dalam kategori swadaya dan 1 desa masuk dalam kategori swakarsa. Selain itu ada dua desa dikecamatan Baros masuk dalam perkotaan urban, yaitu desa Baros dan desa Sukamanah sedangkan yang lainnya masuk dalam kategori perdesaan rural. Menurut katalog BPS: 1102001.3604050, "Kecamatan Baros dalam rangka Baros Subdistrict In Figure 2017", Pegawai pada kecamatan Baros terdiri dari PNS dan tenaga honorer dengan jumlah pegawai PNS sebesar 27 orang yang terdiri dari 23 orang laki-laki dan 4 orang perempuan, sedangkan untuk tenaga honorer sejumlah 88 orang yang terdiri dari 84 orang laki-laki dan 4 orang perempuan. Pendidikan aparatur desa di kecamatan Baros relatif masih rendah yaitu pendidikan SMP sebanyak 53 orang, SMA sebanyak 57 orang dan pendidikan Akademik/sarjana sebanyak 5 orang.

Jumlah penduduk Baros telah mengalami peningkatan dari tahun 2016 ke 2017. Pada tahun 2017 sebesar 54606 menjadi yang terdiri dari jumlah penduduk laki-laki sebanyak 28520 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 26086 jiwa hal ini terjadi karena adanya pemekaran jumlah dusun/desa. Desa Sindangmandi

merupakan bagian dari Kecamatan Baros, yang terdiri dari 14 desa. Kecamatan Baros terletak di sebelah selatan Kabupaten Serang dengan luas wilayah 35,74 km<sup>2</sup> dan berjarak sekitar 12 km dari ibu kota kabupaten.

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sindangmandi, Kecamatan Baros, Kabupaten Serang, menghadapi berbagai tantangan dalam memanfaatkan potensi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk mengembangkan usaha mereka. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dalam bidang TIK. Banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang bagaimana teknologi digital dapat membantu meningkatkan efisiensi bisnis mereka, seperti melalui pemasaran online, pengelolaan data, atau penggunaan aplikasi digital untuk penjualan. Hal ini membatasi kemampuan mereka untuk bersaing dalam era digital yang semakin berkembang. (Bangun, C. S., & Purnama, S., 2023).

Selain itu, keterbatasan sarana dan prasarana yang memadai juga menjadi hambatan besar bagi pelaku UMKM di desa ini. Akses terhadap perangkat keras yang mendukung penggunaan TIK seperti komputer, kamera digital, dan koneksi internet yang cepat masih terbatas. Sebagian besar pelaku UMKM di Sindangmandi mengandalkan perangkat sederhana, yang tidak cukup mendukung kebutuhan operasional bisnis yang berbasis teknologi (Aulia, M. R., Hendra, J., Safitri, E., & Bawono, A., 2023). Keterbatasan ini membuat mereka kesulitan dalam melakukan inovasi digital seperti pembuatan website, penggunaan media sosial untuk promosi, serta e-commerce yang

kini menjadi kebutuhan dasar dalam menjalankan bisnis.

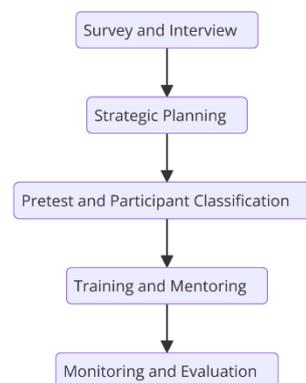
Masalah lainnya adalah kurangnya kreativitas dalam aspek pemasaran dan kemasan produk. Banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki keahlian dalam merancang kemasan yang menarik, yang merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar, terutama dalam konteks pemasaran digital (Rahmadieni, R. Y., dkk., 2022). Hal ini diperburuk oleh rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM, yang mengakibatkan mereka kesulitan memanfaatkan berbagai alat dan platform digital untuk memasarkan produk secara efektif. Tanpa adanya pelatihan dan pendampingan dalam bidang ini, UMKM di Desa Sindangmandi berisiko tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin berbasis digital. (Erawan, A. P. D., dkk., 2023). Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang tepat melalui pelatihan TIK dan pengembangan kemampuan pemasaran digital agar pelaku UMKM dapat mengoptimalkan potensi teknologi dalam meningkatkan daya saing produk mereka.

Selain tantangan teknis dan keterbatasan sumber daya, UMKM di Desa Sindangmandi juga dihadapkan pada masalah yang lebih mendalam terkait dengan rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku usaha. Di era digital yang terus berkembang pesat, kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan teknologi informasi menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang dalam dunia bisnis. Sayangnya, banyak pelaku UMKM di desa ini yang masih kurang mengerti pentingnya digitalisasi dalam operasional bisnis mereka, baik dalam aspek pemasaran, pengelolaan

keuangan, maupun interaksi dengan konsumen (Yulistiawan, B. S., Hananto, B., PD, C. N., & Handayani, L., 2024). Menurut beberapa penelitian, rendahnya literasi digital ini sering kali diakibatkan oleh keterbatasan akses informasi, kurangnya pelatihan yang relevan, dan ketakutan terhadap penggunaan teknologi yang dianggap rumit dan mahal (Proborini, A. L., 2024). Dalam konteks ini, literasi digital yang rendah menjadi penghambat bagi UMKM untuk memanfaatkan berbagai potensi teknologi yang ada, padahal di sisi lain teknologi digital dapat membuka peluang pasar yang lebih luas dan efisien. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital melalui pelatihan dan pendampingan sangat diperlukan untuk membantu UMKM di Desa Sindangmandi mengatasi berbagai permasalahan yang ada dan meraih kemajuan yang lebih optimal.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui skema KKN di Kecamatan Baros di desa Sindangmandi menggunakan metode *learning by doing* dengan pendekatan pendampingan dan pelatihan. Tahapan metode pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Metode Pelaksanaan Abdimas

Berikut tahapan pelaksanaan kegiatan: 1) Survey dan Wawancara Tim pengabdian melakukan survei lapangan dan wawancara dengan Camat Baros untuk mengidentifikasi permasalahan UMKM. Disepakati bahwa 20 pelaku UMKM akan mengikuti pelatihan dan pendampingan literasi digital terkait pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan pengetahuan mereka.

Perencanaan Strategis Tim menyusun rencana kegiatan, membagi tugas, dan melibatkan 5 mahasiswa dari 3 program studi. Persiapan meliputi pembuatan materi pelatihan, instrumen pretest dan posttest, serta formulir evaluasi kepuasan pelatihan (Bryson, 2015; Ismail, 2017), 3) Pretest dan Klasifikasi Peserta Tim bekerja sama dengan Camat Baros melakukan pretest kepada 20 peserta untuk mengukur pemahaman awal mereka terkait teknologi. Hasil pretest digunakan untuk mengelompokkan peserta sesuai kebutuhan pelatihan (Prihantoro, A., dkk., 2024), 4) Pelatihan dan Pendampingan. Tim pengabdian, dibantu mahasiswa, memberikan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan meliputi penggunaan aplikasi Google Business untuk promosi dan pemasaran produk, serta penggunaan alat studio foto box untuk menghasilkan foto produk berkualitas tinggi (Husamah, H., 2024), dan 5) Monitoring dan Evaluasi. Setelah pelatihan, tim bersama Camat Baros melakukan posttest untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan (Fahmi, M. I., 2023).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan skema KKN bertujuan untuk meningkatkan Literasi TIK agar pelaku UMKM dapat lebih efektif menggunakan teknologi dalam

menelola dan mengembangkan bisnis mereka, meningkatkan daya saing UMKM agar secara mandiri bersaing dengan pelaku usaha yang sudah berkembang dan maju, kemudahan akses ke pasar global untuk meningkatkan akses ke pasar global untuk adopsi teknologi, UMKM dapat menjangkau konsumen di luar wilayah lokal, meningkatkan kesejahteraan ekonomi mengakselerasi pertumbuhan dan kesejahteraan ekonomi pelaku serta peningkatan keberlanjutan bisnis mencakup penggunaan teknologi yang ramah lingkungan dan penerapan praktik bisnis yang berkelanjutan.

Pelatihan literasi digital yang dilakukan oleh pengabdian kepada UMKM dalam bentuk pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Disini pengabdian ingin melihat seberapa jauh pemahaman dari pelaku usaha UMKM dapat menggunakan alat bantu dan teknologi informasi dan komunikasi sebagai alat yang dapat mereka gunakan untuk memasarkan produk. Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema KKN yang telah dilakukan adalah:

### 1. Persiapan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan survey lapangan dan melakukan wawancara dengan pak Camat di kantor Kecamatan Baros menanyakan permasalahan yang ada terkait pembinaan pelaku usaha UMKM dan mendapatkan kesepakatan 20 pelaku usaha UMKM akan diberikan pelatihan dan pendampingan literasi digital pemanfaatan TIK untuk peningkatan pengetahuan dengan target desa Sukamandi yang terdiri dari 9 kampung. Setelah koordinasi dengan pak camat kami juga melakukan koordinasi dengan pak lurah Desa Sukamandi untuk menyiapkan peserta pelaku usaha UMKM yang mengikuti

pelatihan. Setelah melakukan survey, tim pengabdi membuat rencana strategis dan pembagian tugas kepada anggota tim, mulai dari penyusunan kegiatan PKM skema KKN dengan melibatkan 5 mahasiswa dari 2 program studi, pembuatan materi pelatihan, pembuatan instrumen pretes dan postes, dan pembuatan instrumen kepuasan pelatihan dan pendampingan. Lihat gambar 2.



Gambar 2 Diskusi dengan Pak Camat dan Kepala Desa serta Dinas Diskoumperindag

## 2. Pelatihan

Pada kegiatan pelatihan dan pendampingan ini pengabdi telah memberikan pengetahuan untuk bagaimana cara membuat foto produk yang baik, mengedit foto dan video menggunakan aplikasi capcut dan memasarkan produk melalui aplikasi google my business (GMB). Tahapan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh pengabdi ada 2 tahap dimana setiap tahap yang dikerjakan terdapat indikator capaian kinerja sebagai alat untuk mengontrol pelaksanaan kegiatan abdimas. Uraian dari setiap tahapan dan indikator capaian dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Indikator Capaian Abdimas

No.	Pelatihan dan Pendampingan	Indikator Capaian
1	Pelatihan cara membuat foto produk menggunakan foto box dan pelatihan mengedit foto dan video menggunakan aplikasi capcut.	20 pelaku usaha UMKM mengikuti pelatihan, $\geq 80\%$ dapat menggunakan alat studio foto box secara optimal.
2	Pelatihan tentang literasi digital tentang ecommerce melalui aplikasi google my business (GMB), dan tokopedia melalui gadget peserta UMKM.	20 pelaku usaha UMKM mengikuti pelatihan, $\geq 75\%$ dapat menggunakan aplikasi google business untuk memasarkan produknya

Pada tahap ini tim pengabdi memberikan pelatihan dan pendampingan untuk pembelajaran pembuatan foto produk alat menggunakan foto box dan memberikan pelatihan pengenalan google my business (GMB) untuk upload produk yang akan dijual setelah dibuatkan fotonya. tim pengabdi dibantu oleh mahasiswa memberikan pelatihan dan pendampingan untuk penggunaan aplikasi google business kepada pelaku usaha UMKM, sebagai media untuk promosi dan memasarkan produk. Dan pelatihan untuk penggunaan alat studio foto box untuk menghasilkan gambar produk yang berkualitas sehingga memiliki daya tarik dan nilai jual di pasar. Tim pengabdi memberikan arahan dan materi kepada para peserta UMKM untuk mengenalkan bagaimana cara menggunakan foto box. Dilanjutkan dengan materi berikutnya adalah edit foto dan video menggunakan aplikasi capcut dari hp masing-masing peserta. Selama memberikan pelatihan tim pengabdi dibantu oleh mahasiswa. Aktifitas

kegiatan tim pengabdian dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3 Aktifitas kegiatan abdimas

Setelah peserta melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan foto produk dengan foto box, edit foto dan video yang didampingi oleh pengabdian dan mahasiswa. Peserta kemudian mengunggah ke aplikasi google my business (GMB) untuk mempromosikan dan memasarkan produk yang sudah mereka edit. Pada gambar 4 terlihat hasil foto produk yang telah di edit oleh peserta pelaku usaha UMKKM.

### 3. Evaluasi

Bekerjasama dengan kepala Camat Baros dan bu lurah melakukan pretest kepada peserta pelatihan sebanyak 20 pelaku usaha UMKKM dengan cara tanya jawab pada saat diskusi diawal sebelum pelatihan dimulai. Hasil dari pretest rata-rata para peserta pelatihan belum memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya. Hasil tersebut oleh tim pengabdian dijadikan sebagai acuan untuk melihat sejauh mana pemahaman peserta pelatihan dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

Selesai melakukan pelatihan dan pendampingan pengabdian memberikan kuisioner untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta UMKM terhadap materi dan praktik yang telah dilakukan. Kuesioner dibuat dalam dua blok. Blok pertama tentang pembuatan foto produk dan editing foto dan video. Blok yang kedua tentang penggunaan aplikasi GMB. Hasil dari pretest dan post test dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pretest dan Posttest

No	Aspek	Siklus		Indikator keberhasilan
		I	II	
1.	Hasil membuat foto produk yang baik dan bagus menggunakan foto box	65%	88%	80%
2.	Hasil menggunakan alat mengedit foto/video produk menjadi lebih menarik dan bagus	55%	85%	80%
3.	Hasil alat yang tepat dapat mempengaruhi hasil foto / video produk	65%	83%	80%
4.	Hasil tentang foto box	61,25 %	83,75 %	80%
5.	Hasil aplikasi capcut	58,25 %	83,75 %	80%
6.	Hasil pemahaman pemasaran produk	61,25 %	82,75 %	75%

7.	Hasil literasi digital TIK	60%	83,75 %	75%
8.	Hasil GMB	55,75 %	80,25 %	75%

Berdasarkan hasil posttest yang telah dilakukan terhadap 20 peserta pelatihan dari UMKM di desa Sindangmandi kecamatan Baros rata-rata diatas 83,75% peserta pelatihan memahami dan mengetahui bagaimana cara membuat foto produk yang baik dan menarik sehingga dapat menarik calon pelanggan yang akan melakukan transaksi pembelian. Begitu juga rata-rata diatas 90% peserta pelatihan UMKM mengatakan sangat membantu belajar menggunakan aplikasi GMB untuk memasarkan produk.

## SIMPULAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Sindangmandi, Kecamatan Baros, Serang, Banten, telah berjalan dengan baik sesuai dengan rencana yang disusun oleh Tim Pengabdi. Program ini berhasil melibatkan 20 pelaku UMKM sebagai peserta, dengan luaran berupa pelatihan pembuatan foto produk, editing foto/video, dan pengenalan aplikasi Google My Business (GMB) sebagai alat pemasaran digital. Evaluasi menunjukkan hasil yang sangat positif, dengan tingkat pemahaman peserta mencapai rata-rata di atas 90%, berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh peserta. Capaian ini mengindikasikan keberhasilan program pelatihan dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknis pelaku UMKM, serta kontribusi signifikan dalam mendukung pengembangan usaha kecil di wilayah tersebut. Dengan pendekatan learning by doing yang diterapkan, pelaku UMKM tidak hanya

memperoleh pengetahuan teoritis tetapi juga pengalaman praktis yang relevan dengan kebutuhan mereka. Untuk memastikan keberlanjutan dan dampak yang lebih luas, program pelatihan dan pendampingan serupa sebaiknya dilanjutkan dengan menjangkau UMKM lain di Kecamatan Baros, Serang, Banten. Pelaksanaan program selanjutnya dapat melibatkan kerjasama dengan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoumperindag) Kabupaten Serang, untuk memperluas cakupan dan dampak kegiatan. Selain itu, materi pelatihan dapat diperluas dengan menambahkan strategi pemasaran digital yang lebih lanjut, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce, untuk memperkuat daya saing UMKM di pasar yang lebih luas. Dengan dukungan berkelanjutan dan kolaborasi yang lebih erat, diharapkan UMKM di wilayah ini dapat memanfaatkan TIK secara optimal dalam meningkatkan kinerja dan pertumbuhan usaha mereka.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Camat Baros, Kabupaten Serang, Banten, dan Bapak Lurah Desa Sindangmandi atas dukungan, arahan, dan fasilitas yang diberikan sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Pimpinan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta atas dukungan dan kepercayaannya kepada tim pengabdi untuk menjalankan program ini. Kami sangat menghargai partisipasi aktif dari para pelaku usaha UMKM Desa Sindangmandi yang telah mengikuti setiap tahapan pelatihan dan pendampingan dengan antusiasme

tinggi. Tidak lupa, penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu kelancaran dan kesuksesan program ini. Semoga kerja sama ini membawa manfaat berkelanjutan bagi semua pihak dan mendukung pengembangan UMKM di wilayah Desa Sindangmandi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2023). *Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)*. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89-98.
- Aulia, M. R., Hendra, J., Safitri, E., & Bawono, A. (2023). *Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat di Tinjau Dari New-era Business: Transformasi digital, dividen digital, dan kewirausahaan*. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 01-15.
- Rahmadieni, R. Y., & Wahyuni, E. I. (2022). *Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan pemasaran berbasis teknologi pada UMKM Di Desa Bulusulur*. *Jurnal Al Basirah*, 2(1), 17-26.
- Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). *Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital Umkm Desa Keramas*. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200-205.
- Yulistiawan, B. S., Hananto, B., PD, C. N., & Handayani, L. (2024). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM*. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(1), 141-149.
- Proborini, A. L. (2024). *Pelatihan Video Editing Untuk Meningkatkan Jangkauan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Kecamatan Kebon Jeruk Jakarta*. *BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(9), 670-679.
- Bryson, J. M. (2018). *Strategic planning for public and nonprofit organizations: A guide to strengthening and sustaining organizational achievement*. John Wiley & Sons.
- Prihantoro, A., Nugroho, T., Nasrudin, M., Hidayat, R. N., & Aprilia, A. (2024). *Pelatihan Asesmen Autentik Bagi Guru Sekolah Dasar Muhammadiyah Pakem Sleman*. *JURNAL GEMI: Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, 3(2), 11-17.
- Husamah, H. (2024). *LITERASI Urgensi dan Peran dalam Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan*. *Jurnal Pendidikan Profesi Guru*.
- FAHMI, M. I. (2023). *Pengaruh Modal Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Umkm Dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris UMKM Coffee Shop di Kota Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)