

PELATIHAN LITERASI DIGITAL DAN PEMASARAN ONLINE UMKM KADER AISIYAH MUHAMMADIYAH DI PULAU PRAMUKA KEPULAUAN SERIBU

**Sintha Wahjusaputri¹⁾, Bunyamin Bunyamin²⁾, Muhammad Arifin Rahmanto³⁾,
Tashia Indah Nastiti⁴⁾, Nurwentari Dyah Fitriyawardhani⁵⁾**

¹⁾ Sekolah Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

²⁾ Sekolah Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

³⁾ Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

⁴⁾ Fakultas Teknik dan Komputer, Universitas Indraprasta PGRI

⁵⁾ Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial, Universitas Indraprasta PGRI

sinthaw@uhamka.ac.id.

Abstract

Community training activities were conducted to enhance digital literacy capacity and online marketing skills among coastal micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu. Through this program, participants were provided with knowledge related to the use of digital media, online product marketing strategies, and the utilization of e-commerce platforms to expand market reach. The program was also designed to support the development of marine ecotourism in Pulau Pramuka by strengthening local branding and increasing the competitiveness of MSME products in both domestic and international tourist markets. The methods employed included counseling sessions, practical workshops, and digital mentoring. The results indicated an improvement in participants' digital literacy and their ability to manage online marketing more effectively. Therefore, this activity contributed to strengthening the local economy based on sustainable marine tourism potential.

Keywords: Training, Digital Literacy, Online Marketing, MSMEs.

Abstrak

Kegiatan pelatihan kepada masyarakat bertujuan meningkatkan kapasitas literasi digital dan keterampilan pemasaran online bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah pesisir di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu. Melalui pelatihan ini, peserta dibekali pengetahuan tentang penggunaan media digital, strategi pemasaran produk secara daring, serta pemanfaatan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Program ini juga diarahkan untuk mendukung pengembangan eduwisata bahari di Pulau Pramuka dengan memperkuat brand lokal dan meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar wisatawan domestik maupun internasional. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, workshop praktis, dan pendampingan digital. Hasil menunjukkan bahwa peserta meningkat literasi digital dan kemampuan dalam mengelola pemasaran online secara lebih efektif. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal berbasis potensi pariwisata bahari yang berkelanjutan.

Keywords: Pelatihan, Literasi Digital, Pemasaran Online, UMKM.

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan

kesejahteraan masyarakat. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menjadi penyerap tenaga kerja terbesar

di Indonesia (Kemenkop UKM, 2023). Namun demikian, perkembangan era digital menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan teknologi, khususnya dalam aspek literasi digital dan pemasaran online.

Literasi digital menjadi faktor kunci dalam mendukung transformasi UMKM menuju ekonomi berbasis digital. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi secara efektif dalam kegiatan bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi digital yang tinggi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM (Sari & Rahmawati, 2023). Selain itu, pelaku UMKM yang memiliki kemampuan digital yang baik cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu memanfaatkan peluang yang tersedia melalui platform digital.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pemasaran online menjadi strategi yang semakin penting bagi UMKM. Digital marketing memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode konvensional. Penggunaan media sosial, marketplace, dan platform e-commerce telah terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk dan volume penjualan UMKM (Prasetyo & Utami, 2021). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan potensi ini secara optimal akibat keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital.

Kondisi tersebut juga terjadi pada UMKM yang dikelola oleh kader Aisyiyah Muhammadiyah di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu. Sebagai kawasan yang memiliki potensi wisata bahari, Pulau Pramuka memiliki

peluang besar dalam pengembangan produk lokal berbasis pariwisata. Produk UMKM seperti makanan olahan, kerajinan, dan suvenir memiliki potensi pasar yang tinggi, khususnya bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, keterbatasan dalam literasi digital dan strategi pemasaran online menyebabkan produk-produk tersebut belum mampu bersaing secara optimal di pasar yang lebih luas.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, beberapa permasalahan utama yang dihadapi mitra (pelaku UMKM pesisir Pulau Pramuka) adalah: Rendahnya tingkat literasi digital dalam mengelola usaha, Kurangnya keterampilan dalam memasarkan produk secara online, baik melalui marketplace, media sosial, maupun website mandiri, Tidak optimalnya branding produk untuk menarik minat wisatawan dan konsumen potensial dan Terbatasnya akses informasi terkait tren pemasaran digital dan inovasi produk berbasis wisata Bahari. Permasalahan-permasalahan ini menyebabkan pelaku UMKM belum mampu mengoptimalkan peluang besar yang tersedia melalui peningkatan aktivitas pariwisata di wilayah mereka.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan intervensi dalam bentuk pelatihan literasi digital dan pemasaran online yang terstruktur dan aplikatif. Pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM pesisir agar mampu: 1) Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam operasional usaha; 2) Mengembangkan strategi pemasaran online yang efektif; 3) Meningkatkan daya saing produk lokal melalui penguatan branding digital; 4) Mendukung keberlanjutan eduwisata bahari di Pulau Pramuka melalui sinergi antara pengembangan usaha lokal dan

sektor pariwisata. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat berkontribusi langsung terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, penguatan ekonomi lokal, dan pelestarian potensi wisata bahari di Kepulauan Seribu.

Beberapa studi pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital dan pemasaran online dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih efektif. Metode pelatihan yang melibatkan penyuluhan, praktik langsung, dan pendampingan terbukti mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital (Putri & Nugroho, 2022). Dengan demikian, diperlukan program pelatihan yang terencana dan berkesinambungan guna meningkatkan kemampuan digital para pelaku UMKM di kawasan pesisir. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran online bagi UMKM kader Aisyiyah Muhammadiyah di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu. Diharapkan melalui kegiatan ini, pelaku UMKM mampu mengoptimalkan penggunaan media digital, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing produk lokal dalam mendukung pengembangan ekonomi berbasis pariwisata bahari yang berkelanjutan.

METODE

Metode yang digunakan melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif bertujuan meningkatkan literasi digital serta keterampilan pemasaran online bagi pelaku UMKM kader Aisyiyah Muhammadiyah di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu. Metode pelaksanaan dirancang secara sistematis melalui

beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan identifikasi kebutuhan dan permasalahan mitra melalui observasi lapangan dan wawancara awal dengan pelaku UMKM. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan pengurus Aisyiyah Muhammadiyah setempat untuk menentukan peserta, waktu, dan tempat pelaksanaan kegiatan. Tim juga menyiapkan modul pelatihan, materi presentasi, serta perangkat pendukung seperti akses internet dan media digital.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa metode pembelajaran, yaitu:

a) Penyuluhan (*Lecturing*)

Memberikan pemahaman dasar mengenai literasi digital, pentingnya pemasaran online, serta tren digital marketing bagi UMKM di era ekonomi digital.

b) Workshop Praktik (*Hands-on Training*)

Peserta memperoleh pelatihan praktik secara langsung mengenai pembuatan akun media sosial untuk kebutuhan bisnis, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, penyusunan konten digital sederhana berupa foto produk, caption, dan hashtag, serta pemanfaatan platform marketplace dan e-commerce. Metode ini bertujuan agar peserta memiliki pengalaman langsung dalam mengaplikasikan materi yang diberikan.

c) Diskusi Interaktif

Peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi terkait kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha, sehingga solusi yang diberikan lebih kontekstual dan sesuai kebutuhan.

3. Tahap Pendampingan

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan secara berkala untuk memastikan peserta mampu mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh. Pendampingan meliputi:

- a) Evaluasi akun media sosial dan konten pemasaran peserta
- b) Konsultasi strategi pemasaran digital
- c) Monitoring perkembangan penggunaan platform online

Pendampingan dilakukan secara langsung maupun melalui media komunikasi digital seperti WhatsApp Group.

4. Tahap Evaluasi Program

Evaluasi program merupakan bagian krusial dalam memastikan efektivitas pelatihan literasi digital dan pemasaran online bagi pelaku UMKM kader 'Aisyiyah Muhammadiyah. Evaluasi dilakukan secara sistematis dengan pendekatan evaluasi formatif dan sumatif guna mengukur ketercapaian tujuan program serta dampaknya terhadap peningkatan kapasitas peserta.

a. Evaluasi Formatif

Evaluasi formatif bertujuan memantau keterlibatan peserta dan efektivitas metode pembelajaran. Indikator yang digunakan meliputi: (1) Tingkat kehadiran dan partisipasi aktif peserta, (2) Pemahaman materi melalui diskusi dan tanya jawab, dan (3) Kemampuan praktik langsung (misalnya pembuatan akun marketplace, media sosial bisnis, dan konten digital).

b. Evaluasi Sumatif

Evaluasi sumatif mengukur capaian hasil pelatihan secara keseluruhan. Aspek yang dinilai meliputi: (1) Peningkatan literasi digital peserta; (2) Kemampuan mengelola

pemasaran online; dan (3) Peningkatan kepercayaan diri dalam berwirausaha digital.

c. Evaluasi Dampak (*Impact Evaluation*)

Evaluasi ini dilakukan beberapa minggu atau bulan setelah pelatihan untuk melihat dampak nyata terhadap UMKM peserta, antara lain: (1) Peningkatan jumlah penjualan produk; (2) Perluasan jangkauan pasar melalui platform digital; (3) Konsistensi penggunaan media digital dalam pemasaran.

5. Keberlanjutan Program (*Sustainability Program*) di lapangan

Keberlanjutan program menjadi aspek penting agar pelatihan tidak berhenti pada transfer pengetahuan semata, tetapi mampu memberikan dampak jangka panjang.

a. Pembentukan Komunitas Digital UMKM

Membentuk kelompok komunitas berbasis digital (misalnya melalui WhatsApp/Telegram) sebagai wadah diskusi berkelanjutan, berbagi pengalaman dan strategi pemasaran dan pendampingan oleh fasilitator

b. Program Pendampingan (Mentoring)

Pendampingan dilaksanakan secara berkala dengan fokus: Optimalisasi media sosial bisnis, Strategi branding produk dan Pengelolaan marketplace. Pendampingan dilakukan minimal selama 3–6 bulan pasca pelatihan.

c. Kolaborasi dengan Stakeholder

Keberlanjutan program diperkuat melalui kolaborasi dengan: Pemerintah daerah Kepulauan Seribu, Lembaga keuangan (akses permodalan UMKM) dan Platform digital (*marketplace* dan *e-commerce*).

d. Penguatan Kapasitas Lanjutan (*Advanced Training*)

Peserta diberikan pelatihan lanjutan seperti: *Digital branding*, *Content marketing*, dan Penggunaan iklan berbayar.

e. Model Replikasi Program

Program dirancang untuk dapat direplikasi di wilayah lain dengan pendekatan: Penyusunan modul pelatihan standar, Pelibatan alumni sebagai trainer lokal dan Pengembangan model “*training of trainers*” (ToT).

6. Tahap Pelaporan

Tahap akhir berupa penyusunan laporan kegiatan yang mencakup seluruh proses pelaksanaan, hasil yang dicapai, serta rekomendasi untuk pengembangan program selanjutnya. Laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi kegiatan pengabdian masyarakat serupa di masa mendatang. Dengan metode yang terstruktur dan berbasis praktik ini, diharapkan kegiatan pengabdian mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas digital dan daya saing UMKM di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu.

Tempat, Waktu dan Tahapan Kegiatan

Tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Pulau Kelapa, Kepulauan Seribu



Gambar 1. Tempat Kegiatan Pegabdian Kepada Masyarakat

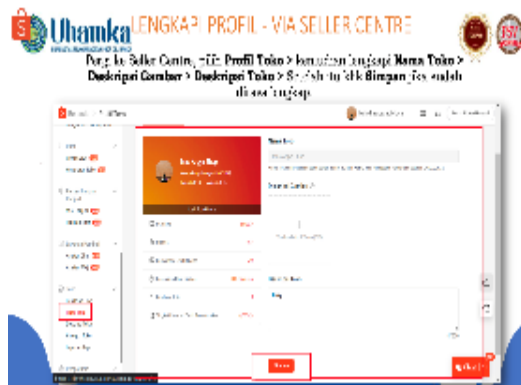
Waktu kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

Tabel 1. Waktu Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan	Volume	Luaran Kegiatan
Koordinasi, survei tim pengabdian dan penyusunan program pelatihan	2 hari (semua RW)	Registrasi dan pembukaan
Pelatihan strategi pemasaran online dan komunikasi pelanggan	3 sesi @ 2 jam, 2 kelompok	Peserta membuat akun bisnis online di media sosial untuk promosi
Pelatihan dasar literasi digital dan penggunaan media sosial	2 sesi @ 2 jam	Literasi digital dasar untuk UMKM
Praktik membuat konten promosi produk UMKM	2 sesi praktek	Praktik membuat konten promosi digital
Pelatihan strategi pemasaran online dan komunikasi pelanggan	1 workshop + 3 pendampingan	Strategi pemasaran online UMKM Penggunaan WhatsApp Business
Monitoring dan evaluasi hasil pelatihan	1 hari + form isian	Umpan balik program, identifikasi keberlanjutan
Pembentukan kader lokal	1 sesi dan pendampingan mingguan	Tim penggerak lokal untuk keberlanjutan program

Tabel 2. Tahapan Pelaksanaan Program dan Partisipasi Masyarakat

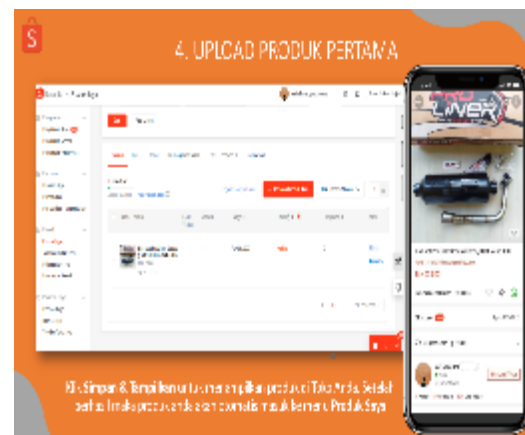
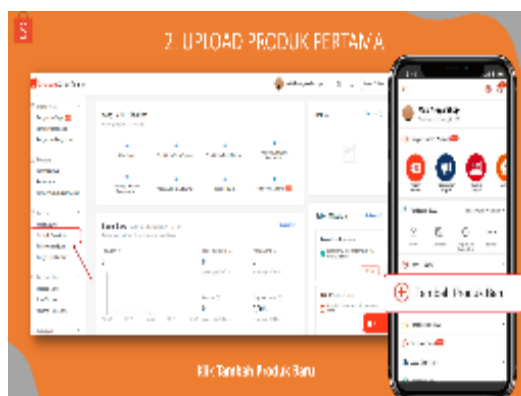
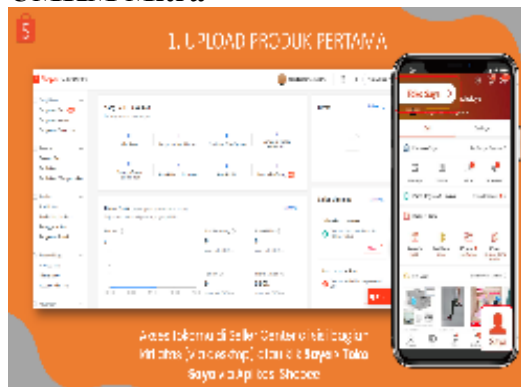
Tahapan Pelaksanaan Program	Partisipasi Mitra
Tahap Persiapan dan Identifikasi kebutuhan	Mitra memberikan informasi kebutuhan pelatihan dan mendukung perizinan kegiatan serta kendala pemasaran
Tahap penyusunan	Mitra memberikan masukan terkait materi yang



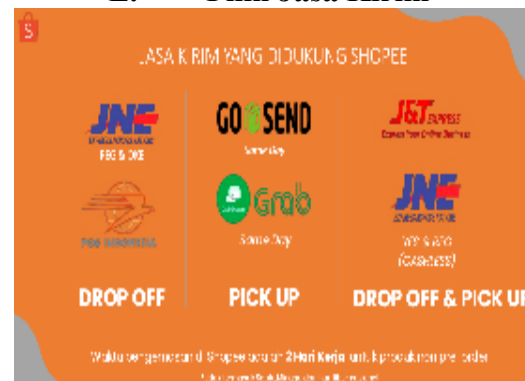
C. Buat Desktop Via Seler Centre



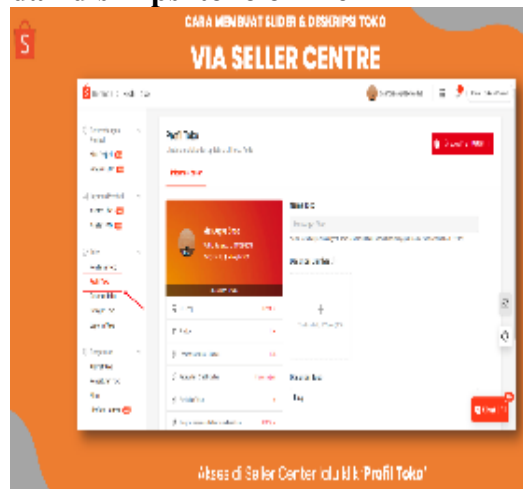
D. Upload produk toko/UMKM Mitra



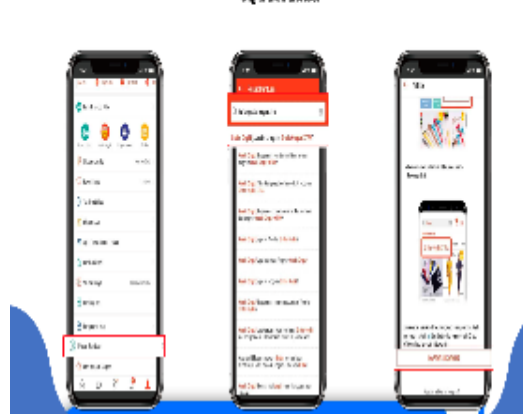
E. Pilih Jasa Kirim



F. Cara membuat slider dan diskripsi toko online



G. Tips Dapatkan Orderan Pertama



H. Naikan Produk Lewat Seller Centre



I. Perbanyak Variasi Produk



J. Buat Voucher Toko



K. Kirim Orderan

Gunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan toko Anda. Cantumkan tautan (link) toko Shopee pada bagian bio media sosial sehingga calon pembeli dapat dengan mudah mengunjungi dan mengakses toko Shopee.

Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep literasi digital dan pemasaran online. Sebelum mengikuti pelatihan, mayoritas peserta masih belum memiliki pemahaman yang memadai terkait pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran. Namun, setelah pelatihan, peserta

menunjukkan peningkatan kemampuan dalam:

- a) Mengoperasikan media sosial untuk keperluan bisnis
- b) Membuat konten promosi sederhana (foto dan caption produk)
- c) Memanfaatkan platform marketplace untuk menjangkau konsumen lebih luas

Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah berhasil membuat akun media sosial bisnis, seperti Instagram dan WhatsApp Business, serta mulai mengunggah produk mereka secara online. Hal ini menunjukkan adanya perubahan perilaku dari pemasaran konvensional menuju pemasaran digital.

2. Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital dan pemasaran online mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Temuan ini selaras dengan berbagai penelitian terkini yang menyebutkan bahwa literasi digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing serta keberlanjutan UMKM di era digital. Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan keterampilan teknis dalam menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, mengelola informasi, serta memanfaatkan berbagai platform digital untuk mendukung aktivitas bisnis.

Peningkatan kemampuan peserta dalam menggunakan media sosial dan marketplace setelah pelatihan juga memperkuat hasil penelitian yang menyebutkan bahwa adopsi digital marketing berkontribusi terhadap

peningkatan kinerja dan profitabilitas UMKM. Penggunaan pemasaran berbasis digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan secara signifikan.

Selain itu, kegiatan ini membuktikan bahwa metode pelatihan berbasis praktik dan pendampingan memiliki efektivitas yang tinggi. Pendekatan partisipatif seperti workshop dan mentoring mampu meningkatkan pemahaman sekaligus keterampilan peserta dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital. Hal ini didukung oleh studi yang menyatakan bahwa keterlibatan aktif peserta dalam proses pelatihan (participatory approach) dapat mempercepat adopsi teknologi digital pada UMKM.

Lebih lanjut, digitalisasi UMKM melalui literasi digital dan pemasaran online terbukti mampu meningkatkan kualitas produk serta volume penjualan. Transformasi digital tidak hanya berdampak pada aspek pemasaran, tetapi juga pada peningkatan nilai tambah produk, efisiensi operasional, dan penguatan brand lokal. Dalam konteks Pulau Pramuka sebagai kawasan wisata bahari, hal ini menjadi sangat relevan karena produk UMKM memiliki peluang besar untuk dipasarkan kepada wisatawan melalui platform digital.

Namun demikian, hasil kegiatan juga menunjukkan adanya beberapa kendala, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, akses internet yang belum stabil, serta perbedaan tingkat literasi digital peserta. Penelitian terbaru menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh faktor pendukung seperti infrastruktur teknologi, kapasitas

sumber daya manusia, dan dukungan eksternal. Oleh karena itu, keberlanjutan program pelatihan dan pendampingan menjadi sangat penting untuk memastikan implementasi digital marketing dapat berjalan secara optimal.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan literasi digital dan pemasaran online merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Program ini tidak hanya memberikan dampak pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku pelaku usaha menuju pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam mendukung penguatan ekonomi lokal berbasis potensi wisata bahari yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan literasi digital dan pemasaran online bagi UMKM kader Aisyiyah Muhammadiyah di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu, telah dilaksanakan dengan baik serta memberikan manfaat dan dampak yang positif bagi mitra.

Program ini mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya literasi digital dalam mendukung pengembangan usaha di era ekonomi digital. Selain itu, pelatihan ini juga berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikan secara langsung

melalui pembuatan akun bisnis dan konten promosi produk. Metode pelaksanaan yang mengombinasikan penyuluhan, workshop praktik, dan pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Pendekatan ini memungkinkan peserta untuk memahami materi secara lebih komprehensif sekaligus mengatasi kendala yang dihadapi dalam praktik. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan daya saing UMKM serta memperluas akses pasar melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan meningkatnya kapasitas digital pelaku UMKM, diharapkan dapat mendorong penguatan ekonomi lokal berbasis potensi wisata bahari yang berkelanjutan di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian dari Tim Dosen Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka dan Universitas PGRI Indraprasta Jakarta menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Pimpinan dan Pengurus Aisyiyah Muhammadiyah Pulau Kelapa, Para kader dan pelaku UMKM, Aparatur pemerintah yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini berupa pemberian izin, dukungan, serta fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu.

DAFTAR PUSTAKA

Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes.

- Industrial Management & Data Systems*, 115(3), 570–588.
- Firmansyah, A. (2020). Pemasaran produk dan merek (branding). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 45–54.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan Data UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kurniawan, D., & Lestari, S. (2024). Peran literasi digital dalam transformasi bisnis UMKM di Indonesia. *Jurnal Algoritma*, 21(1), 75–84.
- Prasetyo, B., & Utami, R. (2021). Pemanfaatan e-commerce dalam pengembangan usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 6(3), 210–218.
- Putri, M. A., & Nugroho, Y. (2022). Pelatihan pemasaran digital sebagai upaya peningkatan kapasitas UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 98–106.
- Sari, N. P., & Rahmawati, D. (2023). Strategi digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 45–53.
- Tambunan, T. (2020). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Jakarta: LP3ES.