



Website:

ejournal.umm.ac.id/index.php/janayu

*** Correspondence:**

kurniawan.onny@unipasby.ac.id

DOI: 10.22219/janayu.v5i3.36409

Sitasi:

Irianto, A., Kurniawan, W, O., Mukhtar, M, N, A., Sawitri, A, P. (2024). Penerapan Strategi Digital Bisnis pada UMKM di Desa Dilem Godang Mojokerto. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 5(3), 317-325.

Proses Artikel

Diajukan:

17 September 2024

Direviu:

1 Oktober 2024

Direvisi:

7 Oktober

Diterima:

30 Oktober 2024

Diterbitkan:

30 Oktober 2024

Alamat Kantor:

Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Malang
Gedung Kuliah Bersama 2
Lantai 3.
Jalan Raya Tlogomas 246,
Malang, Jawa Timur,
Indonesia

P-ISSN: 2721-0421

E-ISSN: 2721-0340

Penerapan Strategi Digital Bisnis pada UMKM di Desa Dilem Gondang Mojokerto

Apri Irianto¹, Widiar Onny Kurniawan^{2*}, M. Nushron
Ali Mukhtar³, Aristha Purwanthari Sawitri⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

ABSTRACT

Purpose – This service program aims to increase the application of digital technology in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector which is increasingly important in the industrial era 4.0 to increase competitiveness and business sustainability. This research aims to analyze the implementation of digital business strategies in MSMEs in Dilem Gondang Village, Mojokerto.

Design/methodology/approach – The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation and literature study.

Findings – The research results show that the majority of MSMEs in Dilem Gondang Village have started using digital technology, such as social media, marketplaces and digital financial applications, to support their marketing and business management. However, there are still challenges such as limited access to technology, low digital literacy, and a lack of competent human resources in managing digital-based businesses.

Originality/value – This research recommends increasing digital training and education for MSME players, as well as support from local governments in providing adequate digital infrastructure. With the right digital strategy, MSMEs in Dilem Gondang Village are expected to be able to increase productivity, expand markets and contribute to regional economic growth.

KEYWORDS: Business Management, Digital Business, UMKM
Business

ABSTRACT

Tujuan – Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan penerapan teknologi digital di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin penting di era industri 4.0 untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi digital bisnis pada UMKM di Desa Gondang, Mojokerto.

Desain/metodologi/pendekatan – Pendekatan pengabdian yang digunakan adalah pendekatan edukasi dan pelatihan, di mana tim pengabdian mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada mitra melalui kegiatan pelatihan.

Hasil – Hasil pengabdian menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Desa Gondang telah mulai menggunakan teknologi digital, seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi keuangan digital, untuk mendukung pemasaran dan manajemen bisnis



mereka. Namun, masih terdapat tantangan seperti keterbatasan akses teknologi, rendahnya literasi digital, serta kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dalam pengelolaan bisnis berbasis digital.

Originalitas – Pengabdian ini merekomendasikan peningkatan pelatihan dan edukasi digital bagi pelaku UMKM, serta dukungan dari pemerintah setempat dalam penyediaan infrastruktur digital yang memadai. Dengan strategi digital yang tepat, UMKM di Desa Gondang diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

KATA KUNCI: Digital Bisnis, Manajemen Usaha, UMKM bisnis

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam menggerakkan perekonomian Indonesia, khususnya di tingkat daerah. UMKM tidak hanya berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat pedesaan dan UMKM memiliki tantangan yang harus dihadapi diantaranya kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital, keterbatasan akses ke teknologi, serta kesulitan dalam memahami perilaku dan preferensi konsumen yang berubah ([Yunus, R. M. 2022](#))

UMKM di Desa Dilem, Kabupaten Mojokerto tersebar dalam berbagai sektor seperti kerajinan, kuliner, dan perdagangan. Namun, di era globalisasi dan digitalisasi yang semakin pesat, UMKM di desa ini menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan keberlanjutan dan daya saing bisnis mereka. Saat ini jumlah wirausaha yang ada di Desa Dilem sebanyak 30 UMKM dan jumlah ini menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Selain itu Tingkat Pendidikan yang paling banyak adalah SD sebanyak 69% dari jumlah penduduk Desa Dilem. Mengacu pada hasil survey yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada pemilik usaha yang ada di Desa dilem, salah satu faktor penyebab kurang berkembangnya UMKM di Desa Dilem adalah pengetahuan dan keterampilan mitra mengenai pemasaran digital masih rendah sehingga banyak UMKM yang mengalami kegagalan selain itu pencatatan keuangan yang tidak dilakukan secara rutin.

Kemajuan teknologi sangat cepat dan mengakibatkan perubahan di berbagai sektor usaha. Kemajuan teknologi ini tentunya berdampak pada usaha kecil dan menengah karena pelaku usaha harus segera mengatur strategi agar tetap kompetitif dan bertahan di pasar. Pelaku usaha dituntut untuk segera memanfaatkan teknologi kedalam kegiatan operasional dan strategi pemasaran mereka. Transformasi digital merupakan salah satu kunci penting bagi UMKM untuk bisa bertahan dan berkembang di tengah perubahan bisnis. Penerapan strategi digital bisnis, seperti penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan aplikasi keuangan digital mampu memperkuat posisi UMKM di pasar karena melalui digitalisasi pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan berkomunikasi lebih efektif dengan pelanggan. Alat pemasaran yang efektif membantu pelaku usaha membangun hubungan langsung dengan

konsumen, memperkenalkan produk, dan meningkatkan interaksi dengan audiens ([Maria, V et all](#))

Berdasarkan pada analisis permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan sebagai wujud kontribusi nyata dalam mendukung perkembangan UMKM lokal, tim program pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk membantu UMKM di Desa Dilem dalam mengadopsi strategi digital bisnis. Program ini difokuskan pada pemberian pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan teknologi digital, khususnya di bidang pemasaran digital, manajemen keuangan berbasis aplikasi, serta pemanfaatan platform e-commerce. Pelatihan digital marketing sangat penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang, terutama dalam situasi yang tidak menentu ([Syifa, Y, I et all](#)). Selain itu, program ini juga dirancang untuk meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM akan pentingnya literasi digital dalam memperkuat daya saing dan memperluas pasar mereka, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Dilem dapat lebih memahami dan menerapkan strategi digital yang sesuai dengan karakteristik bisnis mereka. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk membangun kemitraan yang berkelanjutan antara UMKM dan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, akademisi, dan sektor swasta, guna menciptakan ekosistem bisnis yang lebih modern dan berdaya saing. Dengan adanya dukungan dan pendampingan yang intensif, UMKM di Desa Dilem diharapkan mampu menghadapi tantangan era digital, memperkuat posisi mereka di pasar, dan berkontribusi lebih signifikan dalam pertumbuhan ekonomi lokal.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis untuk memastikan efektivitas penerapan strategi digital pada UMKM di Desa Dilem, Mojokerto. Metode pelaksanaan ini melibatkan pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam setiap tahap kegiatan. Berikut adalah beberapa metode yang dilakukan untuk membantu pelaku UMKM yang kesulitan dalam menerapkan digital bisnis.

1. Identifikasi Masalah Teknis.

Rendahnya pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM tentang teknologi digital, seperti pemanfaatan media sosial dan aplikasi keuangan sehingga tim memberikan pelatihan khusus mengenai dasar teknologi digital untuk diterapkan kedalam kegiatan usaha. Pelatihan ini meliputi penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk, pembuatan toko online sampai dengan pengelolaan keuangan secara digital. Selain itu juga diberikan pelatihan mengenai pemanfaatan aplikasi keuangan digital, seperti aplikasi akuntansi sederhana dan dompet digital, untuk memudahkan pencatatan transaksi dan pengelolaan keuangan bisnis.

2. Pendampingan dan Transformasi Digital

Sebagian besar pemilik usaha berusia lanjut, sehingga merasa kesulitan dalam menerapkan digitalisasi usaha sehingga tim pengabdian memberikan pengabdian kepada pelaku UMKM secara berkelanjutan sehingga membantu pelaku UMKM dalam mengimplementasikan digital bisnis dan membantu dalam mengoptimalkan platform online mereka.

3. Monitoring dan Evaluasi

Tim pengabdian akan melakukan monitoring secara berkala untuk menilai sejauh mana UMKM telah menerapkan strategi digital yang telah diajarkan. Kunjungan lapangan, wawancara, dan observasi langsung dilakukan untuk mengidentifikasi kemajuan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM. Selain monitoring juga dilakukan evaluasi terhadap keberhasilan program melalui pengumpulan data mengenai peningkatan omset, jangkauan pasar, serta efektivitas penggunaan teknologi digital. Umpan balik dari peserta juga dikumpulkan untuk menilai keberhasilan pelatihan dan pendampingan, serta untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan atau pengembangan lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan menunjukkan hasil yang positif, dimana program yang telah direncanakan oleh tim telah berhasil meningkatkan keterampilan pelaku UMKM di desa Dilem Kabupaten Mojokerto. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan, pelaku UMKM dapat menerapkan teknologi digital dalam kegiatan operasionalnya sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing UMKM di Desa Dilem Kabupaten Mojokerto. Selain itu, mitra berpartisipasi dengan aktif disetiap kegiatan pengabdian ini, hal ini mencerminkan komitmen pelaku usaha untuk melakukan transformasi dan keinginan untuk berkembang sehingga menjadikan program pengabdian ini sebagai langkah penting dalam pemberdayaan komunitas UMKM di Desa Dilem Kabupaten Mojokerto.

Hasil pelatihan pemanfaatan media sosial adalah sekitar 90% UMKM berhasil membuat akun bisnis di platform media sosial dan *marketplace* dan beberapa UMKM berhasil memperoleh pesanan melalui marketplace setelah memperoleh pelatihan. Namun, beberapa peserta mengungkapkan kesulitan dalam membuat konten yang menarik dan konsisten, sehingga masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut sedangkan hasil pelatihan pemanfaatan aplikasi keuangan sebanyak 80% UMKM menggunakan aplikasi tersebut untuk membantu pencatatan transaksi usaha mereka, yang sebelumnya dilakukan secara manual. Penggunaan aplikasi ini memungkinkan para pelaku usaha untuk memantau arus kas secara lebih akurat dan mengurangi kesalahan pencatatan.

Selain kegiatan pelatihan tim juga memberikan pendampingan teknis kepada peserta secara langsung maupun melalui konsultasi jarak jauh. Pendampingan ini berfokus pada pengelolaan akun digital, pembuatan konten pemasaran, serta optimalisasi penggunaan aplikasi keuangan. Dalam proses ini, ditemukan bahwa pelaku UMKM yang lebih muda lebih cepat beradaptasi dengan teknologi digital, sementara UMKM dengan pemilik yang lebih tua membutuhkan waktu lebih lama untuk memahami beberapa aspek teknis. Namun, dengan dukungan tim, semua peserta akhirnya dapat menerapkan minimal satu strategi digital dalam operasional bisnis mereka.

Janayu Pembahasan

5.3

Berdasarkan pada hasil kegiatan pengabdian kepada Masyarakat menunjukkan bahwa keseluruhan program pengabdian telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan oleh

tim pengabdian. Program pelatihan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan pelaku UMKM untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan platform digital untuk pengembangan usaha mereka. Serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh tim kepada pelaku UMKM di Desa Dilem Kabupaten Mojokerto memberikan dampak positif yaitu meningkatnya kemampuan pelaku UMKM di desa tersebut. Pelaku UMKM telah berhasil menerapkan teknologi digital untuk membantu kegiatan operasional usaha mereka dan berdampak pada peningkatan jangkauan pasar.

Pertama, sekitar 90 % pelaku UMKM berhasil membuat akun bisnis di platform media sosial dan *market place*. Pemanfaatan platform digital oleh UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk lokal dan memperluas jangkauan pasar" ([Kurniawati, 2021](#)). Pencapaian ini menggambarkan pemahaman yang baik dari peserta pelatihan mengenai pentingnya digitalisasi dalam memperluas jangkauan pasar. Beberapa UMKM juga telah berhasil memperoleh pesanan melalui marketplace setelah mereka memperoleh pelatihan yang Dimana ini menunjukkan bahwa mereka telah mampu menerapkan ilmu yang diperoleh secara efektif. Digitalisasi terbukti menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan mempertahankan kelangsungan bisnis di era modern ([Rahmawati, 2021](#)).

Kedua pemanfaatan platform media sosial dan *market place* meningkatkan penjualan sebesar 25% dalam tiga bulan pertama setelah pelatihan. Keberhasilan ini tentunya kan meningkatkan pendapatan mereka, tetapi juga meningkatkan *branding* produk yang ditawarkan. Platform media sosial dan e-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar desa. Media digital memainkan peran penting dalam membantu UMKM meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif ([Putri, 2020](#)). Penggunaan digital marketing membantu UMKM meningkatkan jangkauan pemasaran, memperkuat hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran ([Chusumastuti, Zulfikri, & Rukmana, 2023](#)).

Ketiga, pelatihan pemanfaatan aplikasi keuangan menunjukkan hasil yang positif, Dimana 80 % pelaku UMKM mulai memanfaatkan aplikasi tersebut untuk membantu pencatatan transaksi usaha mereka yang Dimana sebelumnya dilakukan secara manual. Peralihan dari manual ke digitaliasi menjadi langkah utama untuk membantu pengawasan arus kas dengan lebih akurat dan mengurangi salah saji. Penggunaan aplikasi digital dalam pengelolaan keuangan dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan akurasi laporan keuangan" ([Sari, 2020](#)). Melalui sistem pencatatan yang lebih efisien, membantu pelaku usaha untuk mengelola keuangan dengan baik sehingga pelaku usaha dapat membuat keputusan bisnis dengan tepat, selain itu juga dpat meningkatkan transparansi dalam laporan keuangan. Penerapan sistem pencatatan digital dapat meningkatkan transparansi dan mempermudah UMKM dalam mengelola keuangan ([Harahap, 2019](#)). Pelaku UMKM di Desa Dilem Kabupaten Mojokerto dapat menyusun perencanaan keuangan yang lebih baik yang nanti akan membantu pelaku usaha dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat. Penggunaan strategi pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk lebih mudah mempromosikan produk secara efektif dan efisien, serta

memberikan peluang untuk mengembangkan merek dan membangun hubungan lebih baik dengan konsumen ([Mardiani, E., et al](#)).

322

Secara keseluruhan hasil kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini menggambarkan perubahan perilaku UMKM dalam mengelola dan memasarkan usaha mereka. Digitalisasi terbukti menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan mempertahankan kelangsungan bisnis di era modern ([Rahmawati, 2021](#)). Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan intensif dapat mempercepat proses adopsi teknologi oleh UMKM. Digital marketing memfasilitasi UMKM untuk beradaptasi dengan dinamika pasar yang cepat dan memperbaiki kinerja pemasaran melalui penggunaan teknologi seperti media sosial, e-commerce, dan SEO (Search Engine Optimization) ([Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. 2021](#)). Strategi pemasaran digital yang ideal bagi UMKM harus menggabungkan berbagai alat dan platform digital, seperti media sosial, e-commerce, SEO, dan iklan berbayar, untuk meningkatkan penjualan secara berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen di era digital ([Jatmiko, N. S. 2022](#)).

Meskipun hasil yang dicapai cukup memuaskan, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam penerapan strategi digital. Permasalahan berikutnya yang dirasakan mitra setelah mampu memanfaatkan media sosial adalah bagaimana mitra membuat konten menarik dan konsisten. Beberapa mitra mengungkapkan kesulitan selama mengembangkan strategi konten yang menarik dan mempertahankan komunikasi dengan pelanggan. Tentunya ini menunjukkan bahwa walaupun telah berhasil membuat akun bisnis di media sosial, pelaku UMKM masih memerlukan pelatihan tambahan yang berfokus pada pembuatan konten pemasaran yang menarik. Selain itu, infrastruktur internet di Desa Dilem yang belum sepenuhnya optimal juga menjadi kendala bagi sebagian UMKM, terutama mereka yang berada di area yang sulit mendapatkan sinyal internet stabil. Kendala ini sedikit menghambat proses digitalisasi, khususnya dalam mengakses platform e-commerce dan melakukan transaksi online. Kemajuan UMKM memerlukan dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas untuk membantu UMKM dalam proses transformasi digital, melalui program pelatihan, akses ke teknologi, serta pembiayaan yang memadai ([Zahiroh, M. Y. 2022](#))

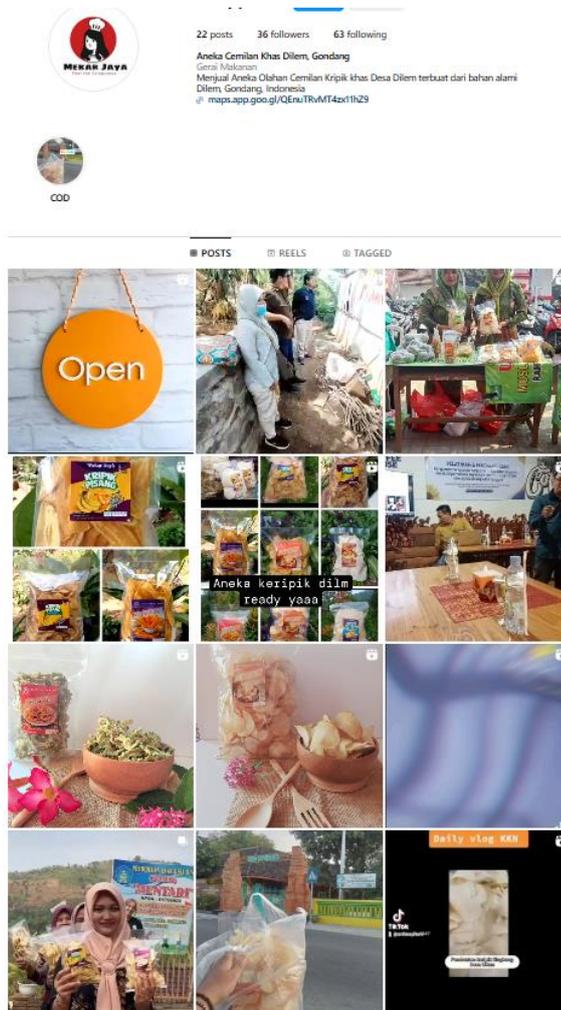
Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Pemaparan Pemateri 1 Digital Marketing



Gambar 2. Pemaparan Pemateri 2 Digitaliasi Pencatatan Keuangan



Gambar 3. Platform media sosial UMKM Desa Dilem – Gondang, Mojokerto

Kesimpulan

324

Program pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan kepada pelaku UMKM Desa Dilem Kabupaten Mojokerto telah berhasil meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital di kegiatan operasional usahanya. Meskipun demikian, beberapa tantangan, seperti infrastruktur internet dan kebutuhan pelatihan lanjutan, masih memerlukan perhatian lebih lanjut. Guna mendukung keberlanjutan UMKM Desa Dilem Kabupaten Mojokerto, direkomendasikan adanya pelatihan lanjutan mengenai strategi pembuatan konten digital dan branding, kerjasama dengan pemerintah daerah untuk meningkatkan infrastruktur internet di Desa Dilem, program pendampingan jangka panjang untuk memastikan UMKM terus menerapkan dan mengembangkan strategi digital dalam operasional bisnis mereka. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan UMKM di Desa Dilem dapat terus berkembang dan berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian daerah melalui penerapan teknologi digital yang berkelanjutan. Kami mengucapkan terima kasih atas dukungan pendanaan yang diberikan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Dikti/ristek). Pendanaan ini membantu pengembangan UMKM di Desa Dilem Kabupaten Mojokerto

DAFTAR PUSTAKA

- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 83–93.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen Coopetition* , 12(1), 17–22.
- Harahap, A. (2019). "Transparansi Keuangan melalui Penerapan Aplikasi Digital pada UMKM." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(4), 78-85.
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Journal Pelayanan Kepada Masyarakat (PLAKAT)*, 4(2), 253–266. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/palat>
- Kurniawati, D. (2021). "Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan UMKM." *Jurnal Ekonomi Digital*, 12(3), 45-58.
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., Ningsih, S., Handayani, E. T. E., Hidayatullah, D., Desmana, S., Lantana, D. A., Fachry, F., Suhatmojo, G. T., Nurfaiz, K., Perdana, M. R., Putro, P. D. C., Dhema, S. P., & Prasetyo, Y. D. (2023). Peningkatan Penjualan UMKM Alby Key Dengan Pemasaran Digital. *Journal Minda Baharu* , 7(1), 57–64. <https://doi.org/10.33373/jmb.v7i1.5330>
- Maria, V., Fauzan Hidayatullah, A., Emmelly Devy Tunning Putri, U., Sabilah, R., Nurul Mursidah, N., Putri Ramdhany, L., Aqsyal Syauqi, F., & Artikel, I. (2024). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Kota Serang How to cite. In *Benefits: Journal of Economics and Tourism* (Vol. 1, Issue 1).

- Putri, Y. (2020). "Digitalisasi Bisnis: Menjawab Tantangan UMKM di Era Modern." *Jurnal Pemasaran Digital*, 14(2), 33-47.
- Rahmawati, N. (2021). "Transformasi Digital pada UMKM: Tantangan dan Peluang." *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 15(1), 98-105.
- Sari, P. (2020). "Aplikasi Keuangan Digital sebagai Solusi Pengelolaan UMKM." *Jurnal Manajemen Usaha*, 10(2), 120-130.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., Dianastiti, F. E., Tidar, U., & Com, Y. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *Journal ABDIPRAJA*, 2(1).
- Yunus, R. M. (2022). Tantangan Umkm Dalam Memasuki Pemasaran Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 1689–1698.
- Zahiroh, M. Y. (2022). Peluang Dan Tantangan Transformasi Digital Umkm Di Indonesia Pasca Pandemi Covid-19. *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)*, 1(2), 124–133.