

Optimalisasi UMKM “Go Digital” Melalui Literasi Digital dan Literasi Financial UMKM Keripik Basreng Bibu Tirtajaya, Depok

Dwi Rachmawati*¹, Hadi Wijaya², Ayu Nurul Haryudiniarti³, Nur Fitri Dewi⁴

¹Program Studi Manajemen, Universitas Global Jakarta, Indonesia

²Program Studi Bisnis Digital, Universitas Global Jakarta, Indonesia

³Program Studi Teknik Industri, Universitas Global Jakarta, Indonesia

⁴Program Studi Akuntansi, Universitas Global Jakarta, Indonesia

e-mail: *dwi@jgu.ac.id, hadi@jgu.ac.id, ayunurul@jgu.ac.id, nurfitridewi@jgu.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia. Namun, hampir semua sektor usaha, terutama UMKM, terpengaruh oleh dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19. Pandemi ini menyebabkan Indonesia mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi sekitar 0,1% pada tahun 2020. Tantangan utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha terletak pada aspek pemasaran, yang sebelumnya mengandalkan penjualan langsung. Transaksi jual-beli yang biasanya dilakukan secara tatap muka sekarang harus bergeser ke ranah online secara digital. Namun kurangnya pengetahuan mengenai digital menjadi penghambat dalam prosesnya, hal ini pun dirasakan oleh UMKM Keripik Basreng Bibu di Kelurahan Tirtajaya. Minimnya informasi mengenai digital dan usaha yang masih konvensional dari pemasaran, manajemen keuangan hingga produksi menyebabkan rendahnya tingkat keberlangsungan usaha UMKM Keripik Basreng Bibu. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha khususnya UMKM Keripik Basreng BIBU dalam literasi digital dan literasi finansial. Penggunaan teknologi informasi diharapkan dapat menjadi solusi bagi pelaku UMKM dalam mengatasi masalah penjualan, pemasaran, dan keuangan. Namun, tantangan muncul karena kesulitan dalam penerapan teknologi informasi, khususnya bagi pedagang pasar atau pelaku usaha. Perubahan perilaku yang berbasis digital memerlukan pelatihan dan pendampingan di bidang penjualan, pemasaran, dan keuangan. Solusi untuk mitra saat ini adalah pelatihan literasi digital dan literasi finansial, serta pendampingan dalam digital marketing, pengemasan, dan pencatatan keuangan untuk mendukung keberlanjutan usaha UMKM Keripik Basreng Bibu.

Kata kunci: Literasi Digital, Literai Finansial, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki dampak yang signifikan pada perekonomian Indonesia. Dalam lima tahun terakhir, kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 57,84% menjadi 61%. UMKM terdiri dari usaha mikro (30,3%), usaha kecil (12,8%), dan usaha menengah (14,5%), menjadikannya entitas bisnis dengan potensi ekonomi terbesar di Indonesia. Dengan jumlah mencapai 65 juta entitas, UMKM mendominasi sektor perekonomian, menyumbang lebih dari 8 triliun rupiah terhadap PDB. Angka ini mencapai 60% dari total PDB, menunjukkan bahwa kontribusi UMKM tiga kali lebih besar daripada pelaku usaha besar [1]. Selama periode yang sama, sektor UMKM juga telah meningkatkan tingkat penyerapan tenaga kerja dari 96,99% menjadi 97,22%. Oleh karena itu, perkembangan dan

pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat terkait dengan sektor UMKM karena kemampuannya untuk menciptakan banyak lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan pendapatan per kapita, UMKM menciptakan lapangan kerja baru yang vital bagi penduduk setempat, khususnya bagi mereka yang memiliki keterbatasan dalam keterampilan atau pengalaman kerja. Kemudian, dengan memberikan kesempatan kepada individu untuk menjadi pengusaha mandiri, UMKM tidak hanya meningkatkan pendapatan mereka sendiri, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan per kapita di daerah tersebut. Yang tidak kalah pentingnya, UMKM berperan dalam membangun ekonomi lokal dengan menggunakan sumber daya lokal, memperkuat rantai pasokan lokal, dan menciptakan produk serta layanan inovatif yang memenuhi kebutuhan masyarakat setempat. Dengan demikian, UMKM tidak hanya menjadi penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan individu, tetapi juga memainkan peran kunci dalam membangun komunitas yang lebih kuat secara ekonomi [2]. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dianggap sebagai harapan bagi negara karena peran vitalnya dalam memajukan perekonomian masyarakat secara luas. Sebagian besar UMKM berasal dari bisnis keluarga dengan mayoritas pelanggan dari kalangan menengah ke bawah. Data menunjukkan bahwa UMKM memiliki stabilitas yang lebih baik dalam menghadapi krisis ekonomi dibandingkan perusahaan besar. Dengan demikian, UMKM dapat dianggap sebagai penopang dalam pemulihan ekonomi nasional, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan lapangan kerja [3].

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjadi mitra yakni UMKM Keripik Basreng Bibu di Kelurahan Tirtajaya, Kota Depok, Jawa Barat. Bibu sudah menjalankan bisnis olahan keripik bakso goreng atau basreng selama 5 tahun namun UMKM tersebut belum mengalami perkembangan yang berarti, dikarenakan kurangnya bantuan usaha sehingga seluruh proses usaha masih dengan metode konvensional, dari segi produksi, manajemen dan pemasaran. Produk utama UMKM ini adalah keripik basreng yang terbuat dari bakso ikan yang diolah dan dibumbui sehingga memiliki cita rasa lezat. Hasil produksi Basreng Bibu masih dikemas secara sederhana dan menggunakan plastik tipis tanpa merek atau desain. Kemasan produk basreng BIBU di tampilan pada gambar 1.



Gambar 1 Keripik Basreng Bibu

Ruang lingkup penjualan Basreng Bibu masih terbatas pada daerah sekitar, dengan cara menitipkan produk ke warung-warung dan toko kecil atau menerima pesanan dari tetangga. Promosi Basreng Bibu masih minim sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luas. Varian rasa yang ditawarkan Bibu hanya dua, yaitu pedas dan original. Selain itu, Basreng Bibu belum memiliki sistem pelaporan keuangan untuk memantau aliran dana masuk dan keluar. Pemilik Basreng Bibu hanya melihat pendapatan dari penjualan tanpa menghitung biaya untuk menentukan apakah UMKM Basreng Bibu mengalami laba atau rugi.

Beberapa kendala yang ditemui pelaku UMKM diantaranya berkaitan dengan permasalahan finansial dan non-finansial seperti kurangnya pengetahuan tentang pemasaran. Terbatasnya akses informasi yang diperoleh oleh pelaku UMKM menjadi salah satu penyebab utama masalah ini. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang teknologi produksi juga menjadi kendala tersendiri, sementara minimnya pelatihan dan akses ke teknologi menjadi hambatan bagi perkembangan UMKM [4]. Situasi semakin rumit dengan masuknya pandemi Covid-19 pada tahun 2020, di mana pemerintah kemudian menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan

Masyarakat (PPKM). Hal ini tentu menjadi tantangan baru bagi para pelaku UMKM. Transaksi yang sebelumnya dilakukan secara langsung melalui tatap muka, kini harus beralih ke platform daring. Dalam menghadapi tantangan ini, pemerintah mendorong UMKM untuk beralih ke platform digital. Namun, sebelumnya, pelaku UMKM juga perlu dilengkapi dengan literasi digital yang memadai agar dapat bersaing di era digitalisasi ini [5]. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya literasi digital dan literasi keuangan. Salah satu pendekatan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM adalah melalui pelatihan literasi media secara bertahap. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), terdapat sekitar 3,79 juta UMKM yang telah menggunakan platform daring untuk memasarkan produk mereka. Total pelaku UMKM di Indonesia mencapai sekitar 59,2 juta, yang merupakan sekitar 8% dari total jumlah pelaku UMKM [6].

Mitra kami termasuk kedalam 92% UMKM yang belum menggunakan platform daring dikarenakan kurang akan literasi digital. Selain itu, mitra juga kesulitan dalam membentuk identitas produk yang dijualnya, menetapkan dan menyesuaikan dengan target konsumen, serta kurangnya kreativitas dalam desain kemasan yang memengaruhi penjualan produk tersebut [7]. Permasalahan kedua yang dimiliki mitra kami adalah masalah literasi financial. Pengelolaan pembukuan dan catatan keuangan yang belum dilakukan membuat pelaku UMKM tidak mengetahui dengan jelas laba rugi maupun peningkatan pendapatan.

Permasalahan utama yang sering menjadi hambatan adalah dalam bidang pemasaran dan keuangan. Aspek keuangan memiliki peran penting dalam merumuskan rencana investasi melalui evaluasi biaya dan manfaat yang diharapkan [8]. Kesalahan dalam pengelolaan dana oleh pelaku UMKM seringkali muncul karena kurangnya pemahaman dalam mengelola keuangan bisnis. Untuk mengatasi masalah ini, perlu ditingkatkan kesadaran dan keterampilan pelaku UMKM dalam merencanakan bisnis dan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas mereka. Rencana bisnis dan keuangan tidak hanya ditujukan untuk pengembangan usaha, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas bisnis UMKM secara menyeluruh[4].

2. METODE

Berdasarkan permasalahan mitra UMKM tersebut, maka diperlukan upaya untuk meningkatkan usaha keripik basreng, sehingga UMKM Keripik Basreng Bibu mampu bersaing dengan usaha olahan pangan lainnya dari sisi, manajemen maupun pemasarannya terlebih dalam era ekonomi digital. Solusi untuk permasalahan pertama ialah pelatihan mengenai kompetensi literasi digital sehingga UMKM Keripik Basreng Bibu paham akan penerapan aspek digital dalam usahanya terutama dalam aspek pemasaran. Di era pandemi, di mana pola konsumsi masyarakat berubah dari offline ke online, digitalisasi penjualan menjadi krusial [9]. Dalam mendukung digitalisasi UMKM, penting untuk memperkenalkan konsep melek digital sebagai solusi yang efektif [5]. Upaya ini bertujuan agar produktivitas UMKM dapat tetap terjaga dan mengalami peningkatan pada skala usahanya. Kemudian dilakukan pendampingan pemasaran digital dari mulai pembuatan social media hingga penggunaan platform penjualan online agar UMKM Keripik Basreng Bibu dapat memperluas pasarnya. Selanjutnya akan di berikan fasilitas dan pendampingan kemasan sehingga kemasan Keripik Basreng Bibu menarik dan dapat bersaing di platform penjualan online. Capaian dari solusi ini ialah pemahaman akan digitalisasi, terlaksananya digital marketing di UMKM Keripik Basreng Bibu dan perluasan pasar.

Solusi Untuk permasalahan kedua dengan melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai finansial, pembukuan dan pencatatan keuangan sederhana. Hal tersebut untuk mencatat transaksi – transaksi yang terjadi serta memantau pemasukan dan pengeluaran dalam menjalankan usaha. Pencatatan belum diterapkan dikarenakan kesadaran akan pentingnya pembukuan belum ada dan dirasa tidak diperlukan. Melalui pendampingan ini, Pelaku UMKM dapat mengatur keuangan dengan baik dan tepat waktu, sesuai dengan kebutuhan dan rencana pengembangan bisnis. Peningkatan kemampuan keuangan ini akan meningkatkan daya saing UMKM secara menyeluruh [10].

Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk pemberdayaan UMKM mitra dalam menjalankan usahanya dan menjadikan UMKM keripik basreng bibu untuk menjadi UMKM Go Digital serta:

1. Menjalin hubungan kerjasama dan kolaborasi antara Universitas Global Jakarta dengan mitra UMKM.
2. Memperkukuh kerjasama Universitas Global Jakarta dengan komunitas secara lebih efektif.
3. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengusaha UMKM agar mereka memiliki daya saing yang kuat.
4. Memberikan solusi bagi tantangan nyata yang dihadapi oleh mitra UMKM, serta masyarakat pada umumnya.

Berikut adalah tujuan pengabdian masyarakat ini bagi Dosen:

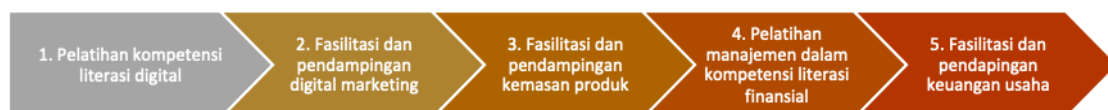
1. Meningkatkan keterampilan kepemimpinan dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
2. Mengasah keterampilan pemecahan masalah yang bermanfaat bagi masyarakat.
3. Membangun jaringan dan mendorong kolaborasi yang lebih luas.

Kegiatan ini juga memiliki tujuan bagi Mitra:

1. Menggalakkan kesadaran mitra akan signifikansi mengikuti kemajuan teknologi dan inovasi dalam usaha mereka.
2. Meningkatkan pengetahuan dan aset intelektual mitra terkait pemanfaatan teknologi yang relevan dalam menjalankan bisnis mereka.
3. Mengeksplorasi potensi mitra dalam pengembangan kreativitas dan pertumbuhan ekonomi.

2.1 Alur Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan di Tirtajaya Kota Depok, Jawa Barat, bekerja sama dengan mitra UMKM yaitu UMKM Keripik Basreng Bibu dengan peserta sebanyak 1 orang owner dan 2 orang pegawai. Kegiatan dimulai dengan melakukan wawancara bersama mitra UMKM dan memberikan sosialisasi mengenai program pengabdian masyarakat. Langkah selanjutnya melibatkan survei lapangan untuk mengidentifikasi masalah awal melalui wawancara dengan mitra dan pencarian data sekunder. Setelah itu, dilakukan perencanaan jadwal pelatihan. Langkah selanjutnya adalah perencanaan jadwal pelatihan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan makan tim merancang kegiatan pengabdian masyarakat yang sesuai dengan kondisi mitra saat ini. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan tiga tahap, yakni Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Tahap pelaksanaan kegiatan ini di sajikan pada gambar 2



Gambar 2 Alur Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Mitra terlibat secara aktif mulai dari memberikan data dan informasi selama proses wawancara. Selain itu, mereka juga berpartisipasi dengan memberikan ide, mendiskusikan, dan menerima program yang ditawarkan oleh peneliti. Selama proses implementasi, partisipasi mitra dapat berupa dukungan sumber daya yang dimiliki, kegiatan administratif, serta koordinasi teknis di seluruh program pendampingan. Keterlibatan selanjutnya meliputi pemanfaatan hasil, termasuk kemauan mitra untuk memanfaatkan fasilitas yang diberikan secara maksimal untuk meningkatkan skala usah. Mitra terlibat dalam tinjauan hasil dari mulai masalah yang muncul selama pelaksanaan program secara keseluruhan, serta membandingkan kinerja akhir dengan kinerja awal yang direncanakan.

Evaluasi kegiatan pengabdian nantinya akan dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan setelah kegiatan dengan indikator kegiatan sebagai berikut:

1. Pelatihan kompetensi literasi digital : Pemahaman akan digitalisasi usaha
2. Fasilitasi dan pendampingan digital marketing : memiliki platform penjualan online
3. Fasilitasi dan pendampingan kemasan produk : Introduksi alat pengemasan dan kemasan menarik
4. Pelatihan kompetensi literasi finansial : Pemahaman catatan keuangan usaha
5. Fasilitasi dan pendampingan keuangan usah : memiliki sistem keuangan yang baik

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PMP telah sepenuhnya berjalan sesuai jadwal pelaksanaan. Program kegiatan pada timeline sudah bisa terlaksana secara keseluruhan. Kegiatan yang sudah berjalan yakni pengumpulan dan studi literatur, sosialisasi program kegiatan kepada mitra UMKM, dan persiapan pengadaan alat – alat dan teknologi untuk fasilitasi dan pendampingan literasi digitan, literasi keuangan dan pengemasan produk evaluasi seluruh kegiatan, penyusunan dan publikasi jurnal nasional, publikasi media massa elektronik, dan penyusunan laporan akhir. Tim PMP juga telah menyiapkan dan menyusun beberapa aspek yang berkaitan dengan luaran kegiatan seperti design banner kegiatan, design logo UMKM, design label kemasan, akun – akun sosial media untuk mitra, materi konten untuk video kegiatan, dan materi konten untuk berita di media online.

Pada akhir kegiatan, tim PMP juga telah melakukan evaluasi seluruh kegiatan bersama dengan mitra UMKM termasuk juga dilakukan pengukuran kepuasan mitra atas kegiatan yang telah terlaksana nantinya. Hal ini dilakukan untuk mengukur kebermanfaat program secara keseluruhan, dimana harapannya setelah adanya kegiatan PMP ini, mitra UMKM dapat meningkatkan literasi digital , literasi finansial dan kemasan produk yang menarik. Selama jangka waktu bulan Juli hingga Desember 2023, program pengabdian masyarakat telah mencakup serangkaian kegiatan, termasuk survei lapangan, wawancara, observasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi.

3.1 Fasilitasi dan pendampingan Literasi Digital

Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan literasi digital kepada mitra usaha UMKM. Pemahaman literasi digital melibatkan keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, sementara pendampingan bertujuan untuk memberikan dukungan langsung agar mitra UMKM dapat menerapkan pengetahuan tersebut dalam aktivitas bisnis mereka. kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas literasi digital mitra UMKM dan mengoptimalkan pemasaran online, khususnya melalui penggunaan digital marketing dan media sosial marketing. Dengan demikian, diharapkan akan terjadi peningkatan visibilitas dan penjualan bagi mitra UMKM, serta peningkatan daya saing mereka di pasar yang semakin digital ini. Kegiatan Fasilitasi dan pendampingan literasi digital disajikan pada gambar 3.



Gambar 3 Pelatihan dan Pendampingan Literasi Digital

3.2 Fasilitas dan Pendampingan Literasi Finansial

Kegiatan Fasilitas dan Pendampingan Literasi Finansial dilaksanakan untuk memberikan pemahaman dan dukungan praktis kepada mitra Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan akuntabilitas usaha mereka. Melibatkan proses pelatihan yang cermat, kegiatan ini fokus pada pembuatan alur kas usaha agar mitra UMKM dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif. Tim pelatih akan menyampaikan materi dengan pendekatan yang praktis, mengajarkan langkah-langkah dalam menciptakan alur kas yang jelas, mencatat pemasukan dan pengeluaran secara sistematis, serta menganalisis keuntungan dan kerugian usaha. Tujuan utama kegiatan ini adalah memberikan pemahaman mendalam kepada mitra UMKM tentang aspek keuangan, sehingga mereka dapat secara lebih akurat menilai kesehatan finansial usaha mereka, mengidentifikasi potensi perbaikan, dan akhirnya, meningkatkan tingkat akuntabilitas usaha mereka. Kegiatan Fasilitas dan pendampingan literasi finansial disajikan pada gambar 4.



Gambar 4 Pelatihan dan Pendampingan Literasi Finansial

3.3 Pelatihan Pengemasan Produk

Pelatihan Pengemasan Produk merupakan upaya untuk meningkatkan daya saing produk dari mitra UMKM dengan meningkatkan keterampilan dalam desain dan pengemasan produk. Pelatihan ini didesain untuk memberikan panduan terperinci mengenai strategi desain yang menarik dan kemasan yang efektif agar produk menjadi lebih tahan lama dan memiliki daya tarik yang kuat di pasar. mitra UMKM diperkenalkan dengan prinsip-prinsip desain yang efektif, pemilihan bahan kemasan yang sesuai, dan teknik penataan yang menonjolkan keunggulan produk. Dengan demikian, tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada mitra UMKM agar mereka mampu menciptakan desain dan kemasan produk yang tidak hanya estetik, tetapi juga berkontribusi pada daya tahan produk dan daya tariknya di pasar. Melalui pelatihan ini, para mitra UMKM dapat meningkatkan citra merek mereka dan mengakses pangsa pasar yang lebih luas. Kegiatan Fasilitas dan pendampingan Kemasan disajikan pada gambar 5 dan 6.



Gambar 5 Pelatihan dan Pendampingan Kemasan



Kemasan Sebelum Kegiatan



Kemasan Setelah Kegiatan

Gambar 6 Kemasan Lama dan Baru

Kegiatan pengabdian masyarakat pemula pada UMKM keripik basreng BIBU ini dapat dikatakan telah mampu memberikan manfaat dan dampak yang baik untuk kelangsungan usaha UMKM mitra serta dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan dan teknologi antara lain dalam bentuk:

1. Peningkatan pengetahuan UMKM dalam penggunaan digital dalam usaha nya
2. Peningkatan pengetahuan UMKM dalam manajemen usaha khususnya penggunaan pembukuan keuangan sederhana
3. Peningkatan pengetahuan UMKM dalam hal kemasan yang lebih mudah, aman dan marketable.

Pelatihan Lanjutan dan Pendampingan akan dilakukan, melanjutkan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM tentang penerapan strategi pemasaran digital dan peningkatan kapabilitas lainnya. Ini bisa melibatkan penyediaan workshop reguler, webinar, atau konsultasi individu untuk membantu UMKM mengatasi tantangan yang mereka hadapi dalam menerapkan strategi tersebut. Karena intellectual capital yang dimiliki UMKM masih cukup rendah sehingga sulit apabila hanya melakukan kegiatan secara incidental atau sekali.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini mencakup 3 hal, yaitu Fasilitasi dan pendampingan Literasi digital; Fasilitasi dan pendampingan Literasi finansial; dan Pelatihan pendampingan kemasan produk. Program pengabdian masyarakat pemula ini membawa manfaat signifikan bagi mitra UMKM melalui fasilitasi dan pendampingan literasi digital, literasi finansial, dan pelatihan pendampingan kemasan produk. Dengan memberikan pemahaman yang holistik dan keterampilan praktis dalam ketiga aspek ini, program ini berpotensi meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era digital. Namun tetap penting untuk terus memonitor dan mendukung perkembangan mitra UMKM setelah program selesai untuk memastikan kelangsungan dan peningkatan berkelanjutan dalam operasional dan pemasaran mereka.

5. SARAN

Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu pelatihan lebih mendasar mengenai penggunaan teknologi terutama digital marketing dikarenakan banyak UMKM yang masih kesulitan menggunakan teknologi digital marketing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Ristekdikti yang telah mendanai kegiatan ini melalui skema hibah pengabdian masyarakat pemula.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Setyahuni, S.W. and Oktoriza, L.A. 'Digital Marketing Literacy: Upgrading UMKM distro Dan Clothing sebagai Strategi Peningkatan penjualan', Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming. 2023 6(4), pp. 1283–1288. doi:10.30591/japhb.v6i4.5042.
- [2] Sunardi, Nardi, et al. "Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam upaya peningkatan omset penjualan bagi UMKM Pasar Modern intermoda BSD City Kota Tangerang Selatan di tengah pandemi covid-19." Jurnal Abdi Masyarakat Humanis 2.1 (2020): 20-27.
- [3] Handayani S, Safina L, Bismala L. Program Kemitraan Masyarakat Rancang Bangun Mesin Pengaduk Selai Srikaya Bagi UKM Zuhro Bakery. InProsiding Seminar Nasional Kewirausahaan 2021 Oct 28 (Vol. 2,No.1)
- [4] Jayanti and N. B. Karnowati, "Digitalisasi UMKM Dan Literasi keuangan Untuk Keberlanjutan Umkm di Kabupaten Cilacap," *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, vol. 31, no. 1, pp. 51–64, 2023. doi:10.32477/jkb.v31i1.504
- [5] Salsabila, Fadhilah. Pengaruh literasi ekonomi dan literasi digital terhadap perilaku berwirausaha sektor kuliner yang terdaftar pada aplikasi Go Food di pasar segar kota Makassar. Diss. Universitas Negeri Makassar, 2019.
- [6] Sundah PM, Adeline C, Purba H. Digitalisasi UMKM sebagai Langkah Mewujudkan Pemulihan dan Resiliensi Pelaku Usaha di Masa Pandemi. Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR). 2021 Nov 21;4:1202-6.
- [7] Lesmana R. Peran Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid 19. Jurnal Abdi Masyarakat Humanis. 2021 Apr 1;2(2).

- [8] Hanim L, Soponyono E, Maryanto M. Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. InProsiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat 2021 (pp. 30-39).
- [9] Pinem D, Pusporini P, Masnuna M. Digitalisasi Manajemen Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Depok Jawa Barat. IKRA-ITH ABDIMAS. 2022;5(1):172-83.
- [10] Octavina LA, Rita MR. Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. Journal of Business and Banking. 2021 Jul 23;11(1)