

Pendampingan UMKM Madu Iro dan Madu Masriana dalam Ekspansi Pasar melalui Platform *E-commerce*

Agustin Nur Aini¹, Vaneza Rizky², Lailatul Rohana³, Yuzki Azizah⁴, Dina Aprilia⁵, M. Taufikur Rahman⁶, Riadus Sholichin⁷

IAIN Kediri

nuarainiagustin516@gmail.com

Article Info

Volume 3 Issue 1
March 2025

Article History

Submission: 06-09-2024

Revised: 22-02-2025

Accepted: 23-02-2025

Published: 21-03-2025

Keywords:

MSMEs, digitalization, optimization, empowerment, training

Kata Kunci:

UMKM, digitalisasi, optimalisasi, pemberdayaan, pelatihan



Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

Business digitalization is an important factor in increasing the competitiveness of MSMEs in the digital economy era. MSMEs Madu Iro and Madu Masriana face obstacles in utilizing e-commerce platforms, such as lack of digital literacy and suboptimal marketing strategies. This community service activity aims to improve the digital skills of business actors in utilizing e-commerce as a means of market expansion. The method used is the Asset-Based Community Development (ABCD) approach through asset identification, digitalization training, implementation assistance, and evaluation of program success. The results show an increase in digital skills, an increase in the number of transactions. The success of this program proves that digitalization can increase the competitiveness of MSMEs, but sustainability remains a challenge that needs further attention.

Abstrak

Digitalisasi bisnis menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. UMKM Madu Iro dan Madu Masriana menghadapi kendala dalam pemanfaatan platform *e-commerce*, seperti kurangnya literasi digital dan strategi pemasaran yang belum optimal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha dalam memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana ekspansi pasar. Metode yang digunakan adalah pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)* melalui identifikasi aset, pelatihan digitalisasi, pendampingan implementasi, serta evaluasi keberhasilan program. Hasil menunjukkan adanya peningkatan keterampilan digital, peningkatan jumlah transaksi. Kesuksesan program ini membuktikan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan daya saing UMKM, namun keberlanjutan tetap menjadi tantangan yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Digitalisasi bisnis menjadi sebuah kebutuhan mendesak bagi para pelaku UMKM agar mampu bersaing dalam ekosistem ekonomi yang semakin kompetitif. Namun, tidak semua UMKM memiliki pemahaman dan keterampilan yang memadai dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam penggunaan *platform e-commerce* sebagai sarana ekspansi pasar. Salah satu permasalahan yang dihadapi UMKM adalah rendahnya aksesibilitas terhadap informasi dan keterbatasan dalam mengoptimalkan teknologi untuk meningkatkan daya saing produk mereka. UMKM Madu Iro dan Madu Masriana adalah contoh dari usaha yang menghadapi tantangan ini dalam mengembangkan jangkauan pasar mereka secara lebih luas.

Dalam era perdagangan digital, *e-commerce* menjadi salah satu strategi utama yang dapat meningkatkan keterjangkauan produk ke pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Namun, banyak UMKM, termasuk UMKM Madu Iro dan Madu Masriana, masih

mengalami kendala dalam memanfaatkan *platform e-commerce* secara optimal. Beberapa tantangan yang mereka hadapi meliputi kurangnya literasi digital, keterbatasan modal untuk pemasaran digital, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi branding dan manajemen bisnis berbasis digital. Oleh karena itu, pendampingan dalam ekspansi pasar melalui *platform e-commerce* menjadi solusi yang relevan untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas.

Program pendampingan ini bertujuan untuk membantu UMKM Madu Iro dan Madu Masriana dalam memahami dan mengimplementasikan strategi *e-commerce* yang efektif. Melalui pendampingan ini, para pelaku UMKM akan diberikan pelatihan mengenai pengelolaan toko online, pemasaran digital, optimasi media sosial, serta manajemen pelanggan. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajerial pelaku usaha dalam mengelola bisnis berbasis digital, sehingga mereka mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Beberapa studi menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce* sangat bergantung pada tingkat kesiapan digital mereka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, hanya sekitar 21% UMKM di Indonesia yang telah beradaptasi dengan model bisnis digital secara optimal. Sebagian besar lainnya masih menghadapi berbagai hambatan, seperti kurangnya akses terhadap teknologi, keterbatasan pengetahuan, dan minimnya dukungan dalam hal pemasaran digital. Kajian pustaka ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM bukan hanya tentang penggunaan teknologi, tetapi juga tentang kesiapan sumber daya manusia dalam mengelola perubahan yang terjadi.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA) mengungkapkan bahwa keberadaan *platform e-commerce* telah meningkatkan pertumbuhan penjualan UMKM hingga 26% dalam kurun waktu dua tahun setelah mengadopsi model bisnis digital. Ini membuktikan bahwa pemanfaatan *e-commerce* memiliki dampak positif terhadap perkembangan UMKM. Namun, untuk mencapai hasil tersebut, pelaku usaha harus memiliki keterampilan dalam mengelola konten digital, melakukan analisis pasar, serta memahami tren perilaku konsumen.

Pendampingan UMKM Madu Iro dan Madu Masriana dalam ekspansi pasar melalui *platform e-commerce* juga diharapkan dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi ekosistem UMKM di daerah mereka. Dengan meningkatnya keterampilan digital, diharapkan UMKM lain juga dapat terdorong untuk mengadopsi strategi serupa, sehingga menciptakan efek domino dalam peningkatan daya saing UMKM secara kolektif. Melalui program ini, akan dilakukan berbagai kegiatan, seperti workshop, pelatihan, dan mentoring secara langsung maupun daring untuk memastikan keberhasilan implementasi strategi digitalisasi.

Selain itu, program ini akan melibatkan berbagai pihak, termasuk akademisi, praktisi *e-commerce*, serta komunitas UMKM untuk menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan usaha berbasis digital. Dengan adanya kolaborasi ini, UMKM Madu Iro dan Madu Masriana akan mendapatkan akses terhadap sumber daya dan jaringan yang lebih luas, yang pada akhirnya dapat mempercepat pertumbuhan bisnis mereka.

Dalam perspektif ekonomi, digitalisasi UMKM dapat berkontribusi dalam meningkatkan inklusi keuangan, mengurangi kesenjangan ekonomi, serta menciptakan lapangan pekerjaan baru. Oleh karena itu, pendampingan dalam ekspansi pasar melalui *platform e-commerce* bukan hanya menjadi kebutuhan bagi UMKM, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pembangunan ekonomi yang lebih luas. Dengan meningkatnya adopsi teknologi digital oleh UMKM, diharapkan terjadi peningkatan kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Secara khusus, UMKM Madu Iro dan Madu Masriana yang bergerak dalam bidang produksi madu memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar digital. Produk madu memiliki permintaan yang stabil, baik untuk konsumsi maupun untuk kebutuhan kesehatan. Dengan strategi pemasaran yang tepat, produk-produk dari UMKM ini dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan volume penjualan mereka secara signifikan.

Dengan adanya pendampingan yang terstruktur, diharapkan UMKM Madu Iro dan Madu Masriana mampu mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi dalam transisi ke bisnis digital. Peningkatan keterampilan dalam manajemen *e-commerce*, optimalisasi pemasaran digital,

serta penguatan strategi bisnis akan menjadi fokus utama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Secara keseluruhan, program pendampingan ini dirancang untuk memberikan dampak jangka panjang dalam pengembangan UMKM berbasis digital. Diharapkan bahwa setelah mengikuti program ini, UMKM Madu Iro dan Madu Masriana dapat secara mandiri mengelola bisnis mereka di platform *e-commerce*, meningkatkan keuntungan, serta memperluas jangkauan pasar mereka.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM yang menjadi mitra, tetapi juga bagi ekosistem ekonomi digital secara lebih luas. Peningkatan keterampilan digital UMKM dapat menjadi model bagi pelaku usaha lainnya, sehingga mendukung transformasi digital yang lebih inklusif di sektor UMKM. Kesuksesan program ini juga diharapkan dapat menjadi contoh bagi inisiatif serupa di masa depan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis digital. Sebagai landasan bagi pengembangan ekosistem digital yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM di masa depan.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)*. Pendekatan ini berfokus pada pengembangan komunitas berdasarkan potensi dan aset yang dimiliki oleh UMKM Madu Iro dan Madu Masriana. Pendekatan ABCD dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

Identifikasi Aset dan Potensi Mitra, meliputi : Melakukan survei dan wawancara dengan pemilik UMKM untuk mengidentifikasi sumber daya yang telah dimiliki, Menganalisis potensi produk madu mereka dalam pasar digital.

Penyusunan Strategi Pengembangan, meliputi: Menentukan kebutuhan utama yang harus diperbaiki, seperti branding, pemasaran digital, dan manajemen bisnis online, dan Merancang rencana kerja pendampingan berdasarkan hasil analisis aset.

Pelatihan dan Workshop Digitalisasi UMKM, meliputi: Memberikan pelatihan terkait pembuatan toko online di platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Mengajarkan strategi pemasaran digital, termasuk SEO, iklan digital, dan pengelolaan media sosial. Workshop pengelolaan keuangan digital dengan penggunaan aplikasi akuntansi sederhana.

Pendampingan dan Implementasi, meliputi, Melakukan pendampingan secara berkala dalam pembuatan dan pengelolaan toko online. Membantu mitra dalam membuat konten pemasaran yang menarik (foto produk, video promosi, deskripsi produk yang menarik). Memberikan konsultasi dan monitoring efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.

Evaluasi dan Penguatan Kapasitas meliputi, Mengevaluasi keberhasilan program berdasarkan peningkatan keterampilan digital mitra. Memberikan rekomendasi untuk pengembangan bisnis berkelanjutan. Membantu mitra menyusun strategi lanjutan untuk pertumbuhan bisnis mereka.

Dengan adanya pendampingan yang terstruktur, diharapkan UMKM Madu Iro dan Madu Masriana mampu mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi dalam transisi ke bisnis digital. Peningkatan keterampilan dalam manajemen *e-commerce*, optimalisasi pemasaran digital, serta penguatan strategi bisnis akan menjadi fokus utama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Secara keseluruhan, program pendampingan ini dirancang untuk memberikan dampak jangka panjang dalam pengembangan UMKM berbasis digital. Diharapkan bahwa setelah mengikuti program ini, UMKM Madu Iro dan Madu Masriana dapat secara mandiri mengelola bisnis mereka di platform *e-commerce*, meningkatkan keuntungan, serta memperluas jangkauan pasar mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan digital dan pemanfaatan *e-commerce* oleh UMKM Madu Iro dan Madu Masriana. Pada tahap awal, kedua UMKM menghadapi berbagai kendala dalam memahami cara mengelola

toko online, seperti mengunggah produk, membuat deskripsi yang menarik, dan mengoptimalkan fitur promosi yang disediakan oleh platform *e-commerce*.

Setelah mengikuti serangkaian pelatihan dan workshop, kedua UMKM mulai mampu mengoperasikan toko online mereka secara mandiri. Mereka berhasil meningkatkan tampilan toko dengan penggunaan foto produk yang lebih menarik, deskripsi yang lebih informatif, serta strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tampilan visual dan deskripsi produk yang baik dapat meningkatkan konversi penjualan hingga 40%.

Selain peningkatan keterampilan teknis, hasil pendampingan ini juga menunjukkan adanya peningkatan jumlah transaksi. Sebelum program dimulai, UMKM Madu Iro dan Madu Masriana hanya mengandalkan penjualan langsung dan media sosial dengan jangkauan terbatas. Namun, setelah penerapan *e-commerce*, jumlah pesanan meningkat hingga 50% dalam tiga bulan pertama.

Dalam aspek pemasaran digital, UMKM kini memahami pentingnya penggunaan strategi SEO dalam deskripsi produk serta pemanfaatan iklan digital. Mereka mulai aktif mengelola media sosial, menggunakan Facebook Ads dan Instagram Ads untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Studi dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM yang aktif dalam *e-commerce* memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional.



Gambar 1. Aktifasi *e-commerce* dan pelatihan branding produk

Dari sisi manajemen keuangan, UMKM yang sebelumnya menggunakan pencatatan manual kini beralih ke sistem pencatatan digital menggunakan aplikasi akuntansi sederhana. Ini membantu mereka dalam mengelola arus kas dan memantau keuntungan secara lebih sistematis, sesuai dengan penelitian yang menunjukkan bahwa digitalisasi sistem keuangan dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan bisnis kecil.

Program ini juga memberikan dampak yang lebih luas terhadap komunitas sekitar. Dengan meningkatnya keterampilan digital UMKM Madu Iro dan Madu Masriana, mereka dapat menjadi contoh bagi UMKM lain di wilayah tersebut. Beberapa pelaku usaha lain mulai tertarik untuk mengadopsi strategi yang sama dan meminta bimbingan dari UMKM yang telah lebih dahulu sukses.

Dari perspektif teoritis, hasil program ini mendukung penelitian yang menyatakan bahwa digitalisasi UMKM dapat meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar. Studi yang dilakukan oleh World Bank menyebutkan bahwa UMKM yang menggunakan *e-commerce* mampu meningkatkan omzet hingga 60% dibandingkan dengan yang masih mengandalkan penjualan offline.

Namun, tantangan utama yang masih dihadapi adalah bagaimana UMKM dapat terus mempertahankan dan mengembangkan strategi digital mereka secara mandiri setelah program pendampingan berakhir. Oleh karena itu, diperlukan strategi keberlanjutan seperti membangun komunitas UMKM berbasis digital agar mereka dapat terus berbagi pengalaman dan belajar satu sama lain.

Secara keseluruhan, program pendampingan ini berhasil meningkatkan kapasitas digital UMKM Madu Iro dan Madu Masriana serta membantu mereka dalam mengembangkan pasar

melalui *e-commerce*. Model pendampingan ini dapat dijadikan referensi bagi program serupa guna mempercepat transformasi digital UMKM di Indonesia.

Pendampingan UMKM Madu Iro dan Madu Masriana dalam ekspansi pasar melalui platform *e-commerce* menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing dan jangkauan pasar produk madu. Sebelum adanya pendampingan, kedua UMKM ini masih mengandalkan pemasaran konvensional dengan sistem penjualan langsung dan mulut ke mulut, yang membatasi pertumbuhan bisnis mereka. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan *e-commerce*, para pelaku usaha mulai memahami pentingnya digital marketing, strategi branding, dan optimasi platform online seperti marketplace serta media sosial. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), yang menyatakan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan akses pasar dan meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan.

Dari segi implementasi, kedua UMKM telah berhasil membuat akun dan mengoptimalkan toko online mereka di berbagai marketplace. Mereka juga telah menerapkan strategi pemasaran berbasis konten dengan memanfaatkan foto produk berkualitas tinggi, deskripsi menarik, serta teknik SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitas di platform *e-commerce*. Hal ini selaras dengan hasil penelitian dari Purwana et al. (2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga memperluas jangkauan pelanggan, termasuk ke luar daerah dan luar negeri. Dengan strategi yang tepat, UMKM Madu Iro dan Madu Masriana mengalami peningkatan trafik di toko online mereka, yang berdampak positif pada volume penjualan.



Gambar 2. Tim pengabdian Bersama owner

Selain aspek pemasaran digital, pendampingan juga menyoroti pentingnya manajemen stok dan logistik dalam mendukung ekspansi pasar. Sebelumnya, UMKM ini mengalami kendala dalam mengelola stok dan proses pengiriman produk, terutama ketika permintaan meningkat. Melalui pelatihan, mereka mulai menerapkan sistem pencatatan stok yang lebih sistematis serta memanfaatkan layanan logistik yang terintegrasi dengan platform *e-commerce*. Studi dari Kotler & Keller (2020) menekankan bahwa keberhasilan bisnis digital tidak hanya bergantung pada strategi pemasaran tetapi juga pada efisiensi rantai pasok dan logistik. Dengan sistem yang lebih baik, UMKM dapat menghindari kendala keterlambatan pengiriman dan menjaga kepuasan pelanggan.

Dari segi branding, pendampingan ini juga berkontribusi dalam meningkatkan citra produk madu lokal sebagai produk berkualitas tinggi. Sebelumnya, UMKM Madu Iro dan Madu Masriana belum memiliki desain kemasan yang menarik dan belum memanfaatkan storytelling dalam pemasaran. Setelah pelatihan, mereka mulai menerapkan konsep branding yang lebih profesional, termasuk desain kemasan yang lebih modern dan strategi komunikasi yang menggambarkan keunggulan produk mereka, seperti manfaat kesehatan madu alami dan proses produksi yang higienis. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Aaker (2011), yang menyatakan bahwa branding yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, program pendampingan ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan branding yang efektif dapat meningkatkan daya saing UMKM madu dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini juga sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam bisnis UMKM dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan usaha. Dengan pendampingan yang berkelanjutan, UMKM Madu Iro dan Madu Masriana memiliki peluang besar untuk berkembang lebih jauh dan memperluas pasar mereka baik di tingkat nasional maupun internasional.

4. KESIMPULAN

Program pendampingan UMKM Madu Iro dan Madu Masriana dalam ekspansi pasar melalui *e-commerce* terbukti berhasil meningkatkan keterampilan digital dan daya saing mereka di pasar yang lebih luas. Bukti keberhasilan dapat dilihat dari peningkatan transaksi hingga 50% dalam tiga bulan pertama, peningkatan kualitas tampilan toko online, serta penggunaan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. UMKM yang awalnya hanya mengandalkan penjualan konvensional kini mampu mengoptimalkan *e-commerce* untuk meningkatkan jangkauan pasar mereka. Selain itu, penggunaan aplikasi akuntansi membantu mereka dalam mengelola keuangan secara lebih sistematis. Keberhasilan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi digitalisasi mampu meningkatkan omzet dan daya saingnya. Namun, tantangan keberlanjutan tetap ada, sehingga diperlukan strategi pendampingan lanjutan agar UMKM tetap konsisten dalam mengembangkan bisnis digital mereka secara mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agussetyaningsih, R., & Baihaqi, A. I. (2023). Pendampingan Digitalisasi UMKM “Warung Ana” Dalam Upaya Pengembangan Usaha Di Era Digital Assistance. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kaa Mieera (JIPKAM)*, 1(1).
- Andini, P., Fiqhiyyah, N., Handayani, P. A., Khotimah, R. K., Qomaruddin, Q., Wahid, A. F. A., ... Rohmah, I. A. (2024). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Accurate Online pada UMKM CV Putra Wijaya. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 28–33. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.703>
- Anggraini, W. E. P., Safitri, S. A., Oktaviana, D., Yukonin, E. S., Yaqin, M. H., Nikmah, L., ... Hidayah, I. H. (2024). Pengembangan Kemasan UMKM Berbasis Sistem SPKP (Sistem Penilaian Kurasi Produk) untuk Meningkatkan Brand Value Melalui Rumah Kurasi. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 560–565. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1642>
- Akmal, M., Mutadhiroh, F. A., Nisak, I. L., Rohman, A. T., NurJihan, S., Noviyanti, N. E., ... Mundhori, M. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Platform E-Commerce Panduan Praktis Membuat Akun Shopee untuk Aries Craft Rajut. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 628–633. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1693>
- Aini, K. N., Sari, C. M., Syanturi, H. T., Pertiwi, A. M., Sholekah, A. W., Azzulva, A., ... Anam, C. (2024). Pendampingan UMKM Candaria dalam Branding dan Promosi Produk Olahan Nanas melalui Media Sosial. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 531–536. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1765>
- Audrey, S., Febrian, S. D., Qoiriyah, M., Winadya, A. P., Veriyanto, F. A., Kirana, K. S., Bobby, D., Setyawan, D., Fauzi, M., & Widodo, C. (2024). Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Sosialisasi Digital Branding di Kelurahan Mulyorejo Kota Surabaya. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM) Juli 2024 | Vol. 3 | No. 1 E-ISSN : 2962-8164 DOI: - Meningkatkan*, 3(1), 306–310.
- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477–483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Amellia, D., & Pujiyanto, W. E. (2023). Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar Keripik Debog Pisang Online Melalui Manajemen Pengemasan Inovatif dan Pemasaran Berbasis E-Commerce . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 565–569. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i4.616>
- Amelia, A., Nadiya, N., Khaira, F., & Darussalam, R. K. (2024). Sosialisasi Sertifikasi Halal dan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 485–490. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1800>
- Bakrie, R. M. R., Suri, S. A., Sahara, A., & Pratama, V. H. (2024). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi*

- Dan Bisnis*, 16(2), 82–88.
- Fikri, A., J a y a n t i , R., Saphira, A. F., Febrianti, P., Musdalipah, R. C., Raditha, V. A., Purnami, S. D., (2024). Penerapan Promosi Digital dan Aplikasi Pembukuan Keuangan Pada UMKM di Desa Lintas Utara. *JURNAL PENGABDIAN SOSIAL*, 1(10), 1756–1760.
- Halimah, S. N., Husna, S. N. S., Zunaidi, A., Siti Roudhoh, Khoiriyati, S., Putri, T. R., ... Janah, S. (2023). Pelatihan Pemberdayaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Alami Telur Asin (ATA) . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 715–721. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i4.845>
- Jaza', M. M., Khoiruddin, M. I., Pinasty, R. N., Barira, I. N., & Adhitya, T. (2024). Integrasi Kasir Pintar Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Warung Kuliner Dhoho Plaza Kota Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 537–542. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i3.1764>
- Kusumandari, R. B., Faturrohman, H., Kusumaningtyas, N., Nisak, S. H., & Solikhah, N. P. (2024). Pengembangan Kapasitas Produksi dan Diversifikasi Produk Jamu Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Gununggajah Kabupaten Klaten . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 346–352. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1602>
- Ma'rifah, H. N., Azizah, R. A. N. ., Jordi, M. R., Amrullah, M. B. N., Ichsan, M. N. ., Yunanto, I. F. ., ... Fatmah, E. A. (2023). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar di Batik New Colet Jombang. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 270–276. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.377>
- Manan, M. A., Samosir, A., & Nurbaiti, N. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Point Of Sale (POS) dalam Manajemen Resiko bagi UMKM Pekon Sumber Mulyo . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 675–680. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1904>
- Mudhofar, N., Hidayat, D. N., Saputra, R. A., Ningrum, S., Suriyanto, M. A., (2020). Digitalisasi sebagai langkah inisiasi pengembangan umkm masyarakat desa tlogobendung. *Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Kuliah Kerja Nyata 6*, 1, 6–10.
- Nasrulloh, M. U., Lailiyah, I. N., Ngaeni, K., Febriyanti, N., Nugroho, G. A., Ajji ZR, W. A., K h a i r u d i n , A., Imamah, I. A., Amelia, R., Agustina, N., & Suyono, N. A. (2023). Gandeng Para Remaja dalam Digitalisasi Pengembangan Pemasaran Produk UMKM di Desa Pucungbedug, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara Melalui Program “Muda Berkarya.” *JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 6–11. <https://doi.org/10.55903/jipm.v1i1.24>
- Prayogi, A., & Kirom, M. I. (2022). Pendampingan Pengembangan Digitalisasi Umkm Ramadhan, G., Samimukti, M., Jihan, A., Ningrum, A. D. A., Mubarokah, N. L., Kintari, F. W., ... Najiyah, A. T. (2024). Optimalisasi Pengelolaan Usaha di Era Digital pada CV. Nugraha Jaya Dsn. Kweden Kec. Ngasem Kab. Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 391–396. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1667>
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.