



Peningkatan Kapasitas Produksi dan Digitalisasi Pemasaran UMKM Telogo Wungu untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Desa Sumbergede, Lampung Timur

Dani Anggoro^{1*}, Elmira Febri Darmayanti², Sangidatus Sholiha³, Aditya Agung Budi Pratama⁴, Aprilia Wahyuningrum⁵

^{1,4}Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Metro, Indonesia, 34111

^{2,5}Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Metro, Indonesia, 34111

³Pendidikan Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Metro, Indonesia, 34111

E-mail:* anggoro.dani1@gmail.com

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.2062>

Info Artikel:

Diterima :
2024-10-26

Diperbaiki :
2024-10-28

Disetujui :
2024-10-28

Kata Kunci: UMKM,
digitalisasi, produksi,
pemasaran, Desa Sumbergede

Abstrak: Program ini bertujuan meningkatkan kapasitas produksi dan digitalisasi pemasaran UMKM "Telogo Wungu" di Desa Sumbergede, Lampung Timur. Kegiatan melibatkan 15 anggota Kelompok Wanita Tani, dilakukan melalui observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Dua pelatihan diselenggarakan: pertama tentang manajemen produksi dan desain kemasan, kedua tentang pemasaran digital dan branding. Teknologi produksi ditingkatkan melalui inovasi berupa mesin produksi, sementara pemasaran dioptimalkan melalui website dan media sosial. Hasil menunjukkan peningkatan kapasitas produksi sebesar 187%, pengetahuan manajemen produksi naik 41,67%, 40% peserta dapat mendesain kemasan, dan pengetahuan pemasaran digital meningkat 36%. Website dan media sosial berhasil memperluas jangkauan bisnis, termasuk tampilnya profil di halaman pertama Google. Program ini memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM dan mendukung pencapaian SDGs terkait kemiskinan, pekerjaan layak, dan pertumbuhan ekonomi.

Abstract: This program aims to increase the production capacity and digital marketing of UMKM "Telogo Wungu" in Sumbergede Village, East Lampung. The activity involved 15 members of the Women Farmer Group and was carried out

through observation, socialization, training, mentoring, and evaluation. Two training sessions were held: the first focused on production management and packaging design, and the second on digital marketing and branding. Production technology was improved through innovation in the form of production machinery, while marketing was optimized via websites and social media. The results showed a 187% increase in production capacity, a 41,67% improvement in participants' knowledge of production management, 40% of participants were able to design packaging, and knowledge of digital marketing increased by 36%. The website and social media successfully expanded business reach, including appearing on the first page of Google search results. This program had a positive impact on UMKM development and supported the achievement of SDGs related to poverty, decent work, and economic growth.

Keywords: UMKM, digitalization, production, marketing, Sumbergede Village

Pendahuluan

Dari data dari BPS (Badan Pusat Statistik), Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menyumbang secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, yaitu sebesar 61,1% pada tahun 2023 (Indonesia 2023). Di sisi lain, desa menjadi tempat tinggal bagi 68% penduduk Indonesia, menyimpan potensi besar untuk pengembangan UMKM (Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal 2021). UMKM perlu diberdayakan karena merupakan bagian penting dari ekonomi rakyat dan memiliki peran serta potensi besar dalam membangun perekonomian nasional (Hanim and MS. Noorman 2018). UMKM memiliki kapasitas untuk menyediakan berbagai bentuk dukungan finansial, memperluas peluang kerja, membantu individu meningkatkan pendapatan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi (Munthe, Yarham, and Siregar 2023).

Berdasarkan hal tersebut, tim pengabdian masyarakat memilih UMKM Telogo Wungu sebagai mitra dalam program pengabdian masyarakat. Mitra berlokasi di desa Sumbergede Kecamatan Sekampung, Lampung Timur. Berdasarkan data BPS (BPS 2020), jumlah penduduk desa ini mencapai 8.442 jiwa, dengan mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani dan buruh tani. Didirikan pada tahun 2020 dengan modal awal dari program bantuan pandemi COVID-19 untuk UMKM, Bapak Tri Wibowo bersama istri memulai usaha dengan produk pertama berupa tepung mocaf. Memanfaatkan mocaf merupakan salah satu alternatif untuk mengurangi ketergantungan terhadap beras dan terigu (Astuti et al. 2014). Dalam upaya meningkatkan potensi ekonomi Desa Sumbergede, UMKM ini memberdayakan Ibu-

Ibu Kelompok Wanita Tani (KWT) setempat, sekaligus memanfaatkan bahan pangan lokal yang dihasilkan oleh petani desa sebagai bahan utama produknya. KWT merupakan bentuk kelembagaan petani yang beranggotakan perempuan atau ibu rumah tangga. Kelompok ini memiliki kegiatan pembinaan yang ditujukan untuk kegiatan usaha produktif (Manto, Indriani, and Saleh 2023). Bahan pangan lokal merupakan Sampai sekarang UMKM Telogo Wungu telah memproduksi dan memasarkan berbagai jenis tepung organik, seperti mocaf, ubi jalar ungu, dan koro pedang, serta produk turunannya, termasuk rempeyek, opak gambir, brownies kukus, dan tiwul mocaf. Berdasarkan observasi langsung di lokasi mitra dan wawancara langsung dengan pemilik, UMKM ini memiliki dua prioritas kendala yang dihadapi yaitu 1) Kendala produksi seperti jumlah kapasitas produksi yang tidak maksimal karena alat produksi yang masih tradisional dan bergantung terhadap bahan baku yang sifatnya musiman. 2) Kendala pemasaran, misalnya daya tarik kemasan produk yang masih sederhana, tidak memiliki website untuk menjangkau pemasaran yang lebih luas serta belum adanya media sosial untuk branding produk yang dimiliki. Dari identifikasi permasalahan tersebut tim pengabdian kepada masyarakat bersama mitra menyusun solusi permasalahan untuk mitra yaitu peningkatan kapasitas produksi dan digitalisasi pemasaran. Peningkatan kapasitas produksi dilakukan melalui pengadaan teknologi inovasi produksi. Pengadaan dilakukan dengan mengidentifikasi alat produksi yang diperlukan. Ini melibatkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan produksi (Pasinggi et al. 2023). Sementara digitalisasi pemasaran dilakukan dengan membuat website berbasis e-commerce dan SEO. Website E-Commerce adalah website yang dapat dikelola sendiri oleh pemilik usaha tanpa tergantung dengan pihak ketiga seperti marketplace dalam melakukan transaksi penjualannya (Rivanthio 2020). Optimasi website dilakukan dengan menerapkan SEO. SEO atau Search Engine Optimization adalah metode untuk meningkatkan visibilitas website supaya lebih mudah ditemukan oleh pengguna internet (Dewanto et al. 2023). Digitalisasi pemasaran memberikan berbagai keuntungan bagi konsumen, salah satunya konsumen dapat menemukan berbagai jenis produk yang dibutuhkan dengan lebih mudah (Dewi and Nasution 2023). Sementara bagi mitra digitalisasi pemasaran yang interaktif dan terintegrasi memudahkan produsen, perantara pasar, dan calon konsumen untuk dapat berinteraksi (Riska Amalia et al. 2023). Implementasi dari solusi permasalahan disusun dalam rangkaian kegiatan sebagai berikut: 1) Pengadaan inovasi teknologi produksi dalam bentuk mesin produksi, 2) Inovasi sistem manajemen stok berbasis

digital 3) Peningkatan pengetahuan SDM dalam mengelola stok bahan baku dan keterampilan SDM dalam desain kemasan, 4) Peningkatan pengetahuan SDM dalam pemasaran digital dan branding, 5) Pengadaan website e-commerce 6) Pengadaan platform media sosial. Untuk memastikan keberlanjutan program, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan hal berikut 1) Membentuk tim pengelola, tim tersebut terdiri dari: tim manajemen produksi serta tim pemasaran. 2) Pembuatan pedoman rencana keberlanjutan bertujuan untuk memantau kemajuan dan mengevaluasi kelangsungan program. 3) Penguatan kemitraan dengan Kelompok Wanita Tani di Desa Sumbergede bertujuan untuk memperoleh ketersediaan SDM produksi, sedangkan kemitraan dengan petani bahan pangan lokal bertujuan untuk memastikan ketersediaan bahan baku.

Metode

Metode pelaksanaan program mencakup observasi, sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, evaluasi, dan fokus pada keberlanjutan program. Setiap langkah diarahkan untuk meningkatkan kinerja dan kapasitas UMKM secara bertahap, dengan tujuan akhir untuk memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan UMKM ini. Adapun langkah-langkah kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Program

Uraian langkah-langkah kegiatan adalah sebagai berikut: 1) Observasi: Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan kunjungan ke lokasi mitra, melakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk membahas permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan mencari solusi yang tepat. Tujuan utama observasi adalah untuk

mengumpulkan data dan informasi (damayanti et al. 2024). 2) Sosialisasi: Pengusul menyelenggarakan sesi sosialisasi dalam bentuk diskusi dengan melibatkan pelaku, tim pengabdian kepada masyarakat, dan pihak terkait lainnya. Tujuan sosialisasi adalah untuk menjelaskan tujuan kegiatan, rencana pelaksanaan, jadwal, serta target yang ingin dicapai. 3) Pelatihan: Tim pengabdian kepada masyarakat mengadakan sesi pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM agar mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Pelatihan mencakup berbagai bidang seperti desain, manajemen bahan baku, pemasaran digital, dan branding. Bentuk evaluasi dalam pretest dan posttest. Tes yang dimaksud ialah pemberian soal-soal sebelum dan sesudah pelatihan (Yulianti Yulianti, Ridwan Said Ahmad, and Supriadi Torro 2023). 4) Penerapan Teknologi: Tim pengabdian kepada masyarakat bersama mitra melakukan pengadaan peralatan produksi modern seperti mesin penepung dan pengering. Selain itu, tim pengabdian kepada masyarakat juga menerapkan manajemen stok berbasis mobile, website e-commerce, profil bisnis Google, dan Instagram Business, dengan memberikan bantuan instalasi dan panduan penggunaan. 5) Pendampingan dan Evaluasi: Kegiatan pendampingan dilakukan secara intensif dan berkala, termasuk kunjungan langsung ke lokasi UMKM untuk memantau progres produksi, manajemen, dan pemasaran digital. Evaluasi dilakukan setelah implementasi solusi, melalui diskusi dengan pelaku usaha dan pihak terkait untuk mengevaluasi peningkatan kapasitas produksi dan optimasi pemasaran digital. Pendampingan dilakukan untuk memastikan program tidak jalan ditempat (Harini et al. 2023). 6) Keberlangsungan Program: Keberlanjutan program dinilai berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan. SDM yang telah terlibat dalam pelatihan diharapkan memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi untuk mengatasi masalah di masa depan. Teknologi yang telah diterapkan juga diharapkan dapat terus digunakan sehingga program dapat berjalan secara berkelanjutan setelah kegiatan pengabdian selesai

Hasil dan Pembahasan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan sesuai dengan metode yang telah direncanakan, mulai dari sosialisasi hingga evaluasi. Adapun hasil kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Pelatihan Manajemen Produksi dan Desain Kemasan

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengelola bahan baku secara efisien serta dalam merancang desain

kemasan yang menarik, sehingga dapat mendukung keberlanjutan program. Kegiatan dilaksanakan pada Jumat, 06 September 2024, di ruang Auditorium Pondok Dahar Pakde Yok, Kota Metro, dari pukul 08:30 hingga 13:30 WIB, diikuti oleh 15 peserta. Kegiatan ini terbagi menjadi dua sesi. Sesi pertama, yang berlangsung pada pukul 09:00-10:45, mengangkat tema "Manajemen Produksi dan Bahan Baku" dengan narasumber Elmira Febri Damayanti dan Sangidatus Sholiha. Sesi kedua, pukul 10:45-12:15, membahas tema "Desain Kemasan" dengan narasumber Dani Anggoro. Gambar narasumber menyampaikan materi pelatihan dapat dilihat pada gambar 2. D



Gambar 2. Penyampaian Materi Oleh Narasumber

Tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan foto bersama dengan peserta pelatihan dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Foto Bersama Tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan Peserta

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan pada tema pertama, dilakukan pre-test sebelum kegiatan dimulai dan post-test setelah kegiatan selesai. Jenis soal pilihan ganda 10 soal. Hasil post-test dapat dilihat pada Tabel 1.

No	Keterangan	Pre Test	Post Test	Kenaikan
1	Nilai Terendah	50	80	-
2	Nilai Tertinggi	70	90	-
3	Nilai Rata-rata	60	85	41,67%
Jumlah Peserta		15	15	

Efektivitas dengan peningkatan rata-rata nilai dari 60 pada pre-test menjadi 85 pada post-test, atau sekitar 41,67%. Nilai terendah meningkat dari 50 menjadi 80, dan nilai tertinggi dari 70 menjadi 90, yang mencerminkan peningkatan pemahaman peserta dalam materi yang disampaikan.

Sementara itu, untuk tema kedua, pengukuran dilakukan dengan meminta peserta membuat desain kemasan menggunakan aplikasi Canva. Dari hasil tugas, 40% peserta berhasil menyelesaikan desain, yang hasilnya dapat dilihat pada Gambar 4



Gambar 4. Hasil Pelatihan Desain

Pelatihan Pemasaran Digital dan Branding

Pelatihan ini bertujuan memberikan peningkatan pengetahuan bagi mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pemasaran produk seperti optimasi konten untuk SEO, sementara branding digunakan untuk membedakan produk mitra dengan sejenis dengan memperkuat brand melalui logo dan maskot yang dibuat. Pelatihan dilaksanakan di Pondok Dahar Pakde Yok Kota Metro, pada Jumat 11 Oktober 2024 Pukul 09:00 sampai 12:15 WIB. Pelatihan dibagi menjadi 3 Sesi dengan narasumber dari tim pengabdian kepada masyarakat. Sesi 1 membahas "Branding Dasar: Cara Membangun Identitas Usaha" disampaikan oleh Elmira Febri Damayanti, sesi 2 "Cara Mudah Branding di Instagram untuk Bisnis" disampaikan

oleh Sangidatus Sholihah dan "Optimalkan Website dan SEO agar Bisnis Mudah Ditemukan" disampaikan Dani Anggoro. Gambar 5 menampilkan narasumber sedang menyampaikan materi pelatihan



Gambar 5. Penyampaian Materi Pelatihan oleh Narasumber

Foto bersama narasumber dengan peserta pelatihan ditampilkan pada gambar 6.



Gambar 6. Foto Bersama Tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan Peserta

Pengukuran keberhasilan pelatihan diukur melalui pre test dan post test, soal post test terdiri dari soal pilihan ganda 20 soal. Hasil pengukuran keberhasilan dapat dilihat pada tabel 2.

No	Keterangan	Pre Test	Post Test	Kenaikan
1	Nilai Terendah	55	75	-
2	Nilai Tertinggi	70	95	-
3	Nilai Rata-rata	62.5	85	36%
	Jumlah Peserta	15	15	

Efektivitas dengan peningkatan rata-rata nilai dari 62,5 pada pre-test menjadi 85 pada post-test, atau sekitar 36%. Nilai terendah meningkat dari 55 menjadi 75, dan nilai tertinggi dari 70 menjadi 95, yang menggambarkan peningkatan pemahaman peserta dalam materi yang disampaikan. Pada kesempatan ini tim pengabdian kepada masyarakat juga memperkenalkan website telogo wungu serta implemntasi SEO, dimana dalam uji coba SEO dengan kata kunci “Tepung Mocaf Lampung” website serta google profil bisnis telogo wungu tampil di halaman pertama Google.

Penerapan Teknologi Inovasi untuk Produksi dan Pemasaran

Tim pengabdian kepada masyarakat menyerahkan teknologi inovasi untuk mendukung peningkatan kapasitas produksi serta digitalisasi pemasaran pada Rabu, 23 Oktober 2024, pukul 10:00, di lokasi mitra. Kegiatan ini dihadiri oleh tim pengabdian kepada masyarakat, anggota ibu-ibu KWT Sumbergede, perwakilan LPPM UM Metro, serta perwakilan dari aparat desa Sumbergede. Gambar diskusi persiapan penyerahan teknologi inovasi dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Foto Bersama Tokoh Masyarakat, Perwakilan LPPM UM Metro, Ketua Tim dan Pemilik UMKM

Teknologi dan inovasi yang diserahkan untuk meningkatkan kapasitas produksi meliputi mesin penepung dan mesin peniris minyak. Pada Gambar 8 ditampilkan Foto bersama Tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan mitra dan alat produksi yang diserahkan ke mitra



Gambar 8. Foto Bersama setelah Penyerahan Teknologi Inovasi ke Mitra

Sedangkan untuk membantu memperluas pasar produk, tim pengabdian kepada masyarakat memberikan teknologi berupa website berbasis ecommerce dengan alamat situs web telogowungu.com, akun media sosial Instagram [@telogowungu_mocaf](https://www.instagram.com/telogowungu_mocaf), dan Google Profil Bisnis. Gambaran teknologi inovasi yang diberikan dapat dilihat pada Gambar 9



Gambar 9. Gambar Tampilan Website telogowungu.com

Evaluasi Teknologi Inovasi

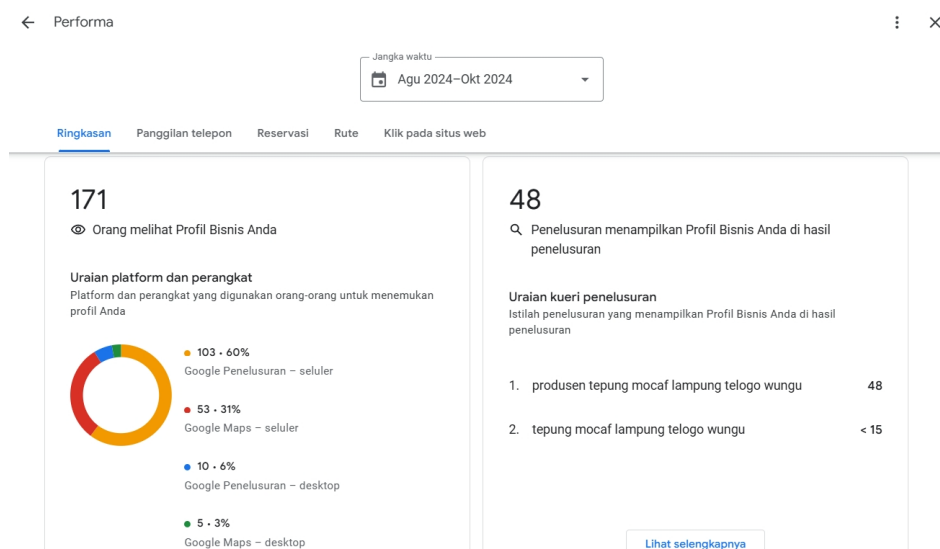
Untuk mengukur keberhasilan teknologi inovasi produksi yang diberikan, tim pengabdian masyarakat melakukan evaluasi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penggunaan mesin penepung dan mesin peniris minyak mampu meningkatkan kapasitas produksi. Peningkatan ini dapat dilihat pada Tabel 3.

No	Tahapan Proses	Cara Manual (Kg/ Jam)	Dengan Mesin (Kg/ Jam)	Efisiensi
1	Penepungan*	33	132	300%
2	Penerisan	50	200	75%
Peningkatan				187%

Untuk menghasilkan 33kg tepung dengan cara manual membutuhkan 100kg cip moca, sementara untuk mesin membutuhkan 400kg chif untuk memproduksi 132kg tepung.

Penggunaan mesin meningkatkan efisiensi produksi sebesar 187%. Kapasitas penepungan naik dari 33 kg/jam menjadi 132 kg/jam, dan penerisan dari 50 kg/jam menjadi 200 kg/jam.

Untuk mengetahui efektivitas website yang telah dioptimasi dengan SEO dan Google Profil Bisnis, tim pengabdian masyarakat memeriksa laporan kunjungan. Gambar dashboard dapat dilihat di gambar 10.



Gambar 10. Gambar Dashboard Google Profil Bisnis

Dari dashboard, terlihat bahwa jumlah kunjungan dari Agustus hingga Oktober mencapai 117, dengan rincian sebagai berikut: 103 kunjungan berasal dari

Google Penelusuran di perangkat seluler, 53 kunjungan dari Google Maps di perangkat seluler, dan sisanya berasal dari penelusuran di desktop

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif pada peningkatan kapasitas produksi dan digitalisasi pemasaran UMKM "Telogo Wungu" di Desa Sumbergede, Lampung Timur. Program ini melibatkan 15 anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) dan diselenggarakan melalui serangkaian kegiatan yang meliputi observasi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi. Beberapa hasil dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Peningkatan Kapasitas Produksi: Melalui penerapan teknologi inovasi produksi seperti mesin penepung dan mesin peniris minyak, kapasitas produksi meningkat sebesar 187% per jam, dari cara manual menjadi lebih efisien dengan penggunaan mesin.
- 2) Digitalisasi Pemasaran: Melalui optimalisasi website dengan SEO dan pemanfaatan Google Profil Bisnis, website Telogo Wungu berhasil memperluas jangkauan pasar dan tampil di halaman pertama pencarian Google dengan kata kunci yang relevan. Dari data dashboard, total kunjungan mencapai 117 dalam tiga bulan, terutama dari Google Penelusuran dan Google Maps.
- 3) Efektivitas Pelatihan: Pelatihan manajemen produksi dan desain kemasan menghasilkan peningkatan rata-rata pemahaman sebesar 41,67%, dan 40% peserta berhasil mengembangkan desain kemasan. Pelatihan pemasaran digital dan branding menghasilkan peningkatan pengetahuan sebesar 36%.
- 4) Keberlanjutan Program: Program ini juga mendorong keberlanjutan UMKM melalui pembentukan tim pengelola produksi dan pemasaran, serta panduan rencana keberlanjutan yang memastikan UMKM mampu mengelola produksi dan pemasaran secara mandiri.

Secara keseluruhan, program ini meningkatkan daya saing dan efektivitas UMKM "Telogo Wungu," mendukung keberlanjutan usaha di tingkat desa, serta berkontribusi pada pencapaian SDGs yang terkait dengan pengentasan kemiskinan, penyediaan pekerjaan layak, dan pertumbuhan ekonomi

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kesuksesan program pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Diktiristek) atas dukungan dana, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Metro atas bimbingan dan kerjasama, serta Desa Sumbergede, Kecamatan Sekampung Lampung Timur atas dukungan luar biasa dari masyarakat. Kami juga menghargai partisipasi aktif Ibu-ibu Kelompok Wanita Tani dan kerjasama dari pemilik UMKM Telogo Wungu sebagai mitra kami. Semoga kerjasama ini membawa manfaat berkelanjutan bagi semua.

Referensi

- Astuti, Santi Dwi, Nuri Andarwulan, Purwiyatno Hariyadi, and Friska Citra Agustia. 2014. "Formulasi Dan Karakterisasi Cake Berbasis Tepung Komposit Organik Kacang Merah, Kedelai Dan Jagung [The Formulation and Characterization of Cake Based on Organic Composite Flour: Red Bean, Soybean, and Corn]." *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan* 3(2): 54–59.
- BPS. 2020. "DATA BPS Lampung Timur." <https://lampungtimurkab.bps.go.id/indicator/12/33/1/jumlah-penduduk-lampung-timur-berdasar-kecamatan.html>.
- damayanti, Rima et al. 2024. "Pengolahan Hasil Non-Test Angket, Observasi, Wawancara Dan Dokumenter." *Student Research Journal* (3): 259–73. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v2i3.1343>.
- Dewanto, Fiky Budi, Muhammad Habib Purnama Febrian, Muhammad Raihan Amir, and Ida Farida Adi Prawira. 2023. "Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan." *Jurnal Maneksi* 12(4): 709–15.
- Dewi, NPNC, and D A D Nasution. 2023. "Pentingnya Penerapan E-Commerce Bagi UMKM Sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Pijar* 1(3): 566–77. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/view/570%0Ahttps://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/download/570/179>.
- Hanim, Lathifah, and MS. Noorman. 2018. *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA*.
- Harini, Noor et al. 2023. "Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Perekonomian Desa." *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement* 4(2): 363–75.

- Indonesia, Kadin. 2023. "Produk Domestik Bruto (PDB) UMKM 2023." Kadin.id. <https://kadin.id/en/analisa/ojk-target-kontribusi-umkm-ke-pdb-naik-70-di-2028-ini-caranya/>.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. 2021. "Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi." <https://www.kemendesa.go.id/>.
- Manto, Rizky Amalia, Ria Indriani, and Yanti Saleh. 2023. "Peran Kelompok Wanita Tani (KWT) Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus KWT Muda Mandiri Desa Dutohe Barat Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango)." *Agri-Sosioekonomi* 19(2): 761–68.
- Munthe, Asmaira, M. Yarham, and Ridwana Siregar. 2023. "Peranan UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* 2(3): 593–614.
- Pasinggi, Eko Suropto, Irene Devi Damayanti, Sepsriyanti Kannapadang, and Marchelin Marchelin. 2023. "Pendampingan UMKM Barrent Foods, Desa Wisata Randanan Untuk Peningkatan Kapasitas Produksi Dan Pemasaran Abon Ikan Mas." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 1(10): 2547–52.
- Riska Amalia, Siti Syaodah, Susilawati Susilawati, and Riki Gana Suyatna. 2023. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo." *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 2(1): 295–301.
- Rivanthio, Tubagus Riko. 2020. "Perancangan Website E-Commerce Rikas Collection." *Tematik* 7(2): 186–95.
- Yulianti Yulianti, Ridwan Said Ahmad, and Supriadi Torro. 2023. "Pengaruh Pretest Dan Posttest Terhadap Motivasi Belajar Sosiologi Pada Siswa Kelas XI IPS Di UPT SMA Negeri 2 Jeneponto." *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)* 2(1): 236–45.