

PEMBERDAYAAN EKONOMI LOKAL MELALUI PELATIHAN TOKO ONLINE BAGI UMKM DI DESA SUNGAI REBO

Dinda Lestari¹, Hardini Novianti², Sarifah Putri Raflesia³, Ardina Ariani⁴, Junia Kurniati⁵
dan Willy⁶

ABSTRAK

Transformasi digital menjadi salah satu kunci dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama di wilayah pedesaan. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki keterampilan dasar dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam hal pemasaran produk secara daring. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sungai Rebo, Kabupaten Banyuasin I, dengan tujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM melalui pelatihan pembuatan toko online. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, demonstrasi, dan pendampingan praktik langsung. Fokus utama pendampingan adalah pembuatan akun email sebagai syarat utama pendaftaran, serta pembuatan akun toko online menggunakan platform Shopee sebagai media penjualan. Kegiatan ini diikuti oleh 15 peserta yang seluruhnya merupakan pelaku UMKM di desa tersebut. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa seluruh peserta berhasil membuat akun email dan akun toko online dengan bimbingan dari tim pelaksana. Sebagian besar peserta juga telah berhasil mengunggah produk ke toko masing-masing. Antusiasme peserta sangat tinggi, dan kegiatan ini dinilai efektif dalam memberikan keterampilan digital dasar yang aplikatif. Kegiatan ini menjadi langkah awal yang penting dalam mendukung transformasi digital UMKM desa dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas melalui platform daring.

Kata kunci : Transformasi Digital, E-Commerce, Toko Online, UMKM, Desa Sungai Rebo

¹ *Komputerisasi Akuntansi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, Jl. Sriwijaya Negara Bukit Besar, 30139, Palembang-Indonesia, dinda.lestarini@gmail.com*

² *Komputerisasi Akuntansi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, Jl. Sriwijaya Negara Bukit Besar, 30139, Palembang-Indonesia, hardini79@gmail.com*

³ *Komputerisasi Akuntansi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, Jl. Sriwijaya Negara Bukit Besar, 30139, Palembang-Indonesia, syarifahpr@gmail.com*

⁴ *Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, Jl. Sriwijaya Negara Bukit Besar, 30139, Palembang-Indonesia, ardinaariani@unsri.ac.id*

⁵ *Manajemen Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, Jl. Sriwijaya Negara Bukit Besar, 30139, Palembang-Indonesia, niyaazulkarnain@ilkom.unsri.ac.id*

⁶ *Manajemen Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya, Jl. Sriwijaya Negara Bukit Besar, 30139, Palembang-Indonesia, willy@unsri.ac.id*

Submitted: 25 Januari 2026

Revised: 1 Februari 2026

Accepted: 7 Februari 2026

ABSTRACT

Digital transformation is one of the keys to developing micro, small, and medium enterprises (MSMEs), especially in rural areas. However, many MSMEs still do not have basic skills in utilizing digital technology, especially in terms of online product marketing. This community service activity was carried out in Sungai Rebo Village, Banyuasin I Regency, with the aim of increasing digital literacy of MSMEs through training in creating online stores. The methods used include delivering materials, demonstrations, and direct practical assistance. The main focus of the assistance is creating an email account as the main requirement for registration, as well as creating an online store account using the Shopee platform as a sales medium. This activity was attended by 15 participants, all of whom were MSMEs in the village. The results of the training showed that all participants succeeded in creating email accounts and online store accounts with guidance from the implementation team. Most participants have also succeeded in uploading products to their respective stores. The enthusiasm of the participants was very high, and this activity was considered effective in providing basic, applicable digital skills. This activity is an important first step in supporting the digital transformation of village MSMEs and opening up wider marketing opportunities through online platforms.

Keywords: Digital Transformation, E-Commerce, Online Store, MSMEs, Sungai Rebo Village

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama dalam pembangunan ekonomi nasional maupun daerah. Di berbagai negara, termasuk Indonesia, UMKM menyumbang porsi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyediakan sebagian besar lapangan kerja. Lebih dari itu, UMKM berperan penting dalam pengentasan kemiskinan (Sitepu, 2023), peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ketahanan ekonomi lokal (Aliyah, 2022). Namun demikian, di tengah arus globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, UMKM dihadapkan pada tantangan besar untuk bertransformasi dan beradaptasi dengan ekosistem digital yang semakin kompleks.

Salah satu tantangan terbesar bagi UMKM, khususnya di daerah pedesaan, adalah keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi informasi (Juwita & Handayani, 2022), baik untuk kegiatan operasional maupun pemasaran produk. Toko online adalah tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan dalam hal ini jaringan internet (Mujiyana & Elissa, 2013). Di era digital saat ini, keberadaan toko online bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan strategis bagi pelaku usaha agar dapat bersaing secara kompetitif. Pembuatan toko online memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen di luar batas geografis, memperluas pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan memperkuat kehadiran usaha secara daring (Yuniarti, 2023). Selain itu, toko online dapat mengotomatisasi berbagai proses bisnis (Octiva et al., 2024) seperti pengelolaan pesanan, pembayaran, dan inventaris, sehingga meningkatkan efisiensi operasional serta memungkinkan pemilik usaha untuk lebih fokus pada pengembangan produk dan strategi bisnis.

Salah satu pendekatan yang banyak dianjurkan untuk mendorong transformasi digital adalah pelatihan digital, seperti pembuatan toko online yang memberikan akses langsung ke pasar yang lebih luas. Pelatihan yang diselenggarakan diyakini mampu mengatasi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM, yaitu keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital (Endrawati et al., 2023). Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM dibekali dengan kemampuan yang relevan untuk mengakses, memahami, dan menerapkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Pelatihan berbasis praktik yang dikombinasikan dengan pendampingan pasca pelatihan terbukti efektif meningkatkan kompetensi digital masyarakat sehingga dapat memperkuat daya saing UMKM lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang

inklusif dan berkelanjutan (Ausat et al., 2025; Saragih et al., 2024; Satria et al., 2025; Soraya et al., 2023; Wijaya et al., 2024).

Desa Sungai Rebo, Kabupaten Banyuasin I, merupakan salah satu wilayah dengan potensi ekonomi yang cukup besar, terutama di sektor UMKM. Berdasarkan observasi awal dan analisis situasi yang dilakukan oleh tim pengabdian, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM di desa ini belum memanfaatkan teknologi informasi secara optimal dalam kegiatan usahanya. Minimnya keterampilan digital menjadi hambatan utama dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan pendapatan usaha. Meskipun terdapat beberapa warga yang telah mengikuti pelatihan dasar ICT (Information and Communication Technology), namun keterampilan tersebut belum diarahkan secara spesifik untuk mendukung kegiatan wirausaha berbasis teknologi.

Melihat potensi yang ada dan semangat warga dalam mengembangkan usaha, pelatihan pembuatan toko online menjadi intervensi yang relevan dan tepat waktu. Dalam kegiatan ini, akan dilibatkan 15 orang peserta yang merupakan pelaku UMKM aktif di Desa Sungai Rebo. Peserta akan diberikan pelatihan intensif tentang bagaimana membuat akun email sebagai identitas digital awal, dilanjutkan dengan pembuatan toko online menggunakan platform Shopee. Platform ini dipilih karena memiliki antarmuka yang sederhana, mudah digunakan oleh pemula, serta mendukung fitur-fitur dasar e-commerce seperti etalase produk, sistem pembayaran, dan pengelolaan pesanan.

Selain itu, pelatihan juga mencakup pendampingan teknis secara langsung agar peserta mampu mempraktikkan setiap langkah yang diajarkan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga aplikatif. Lebih jauh, pelatihan ini diharapkan dapat menjadi embrio perubahan pola usaha masyarakat di Desa Sungai Rebo menuju sistem usaha berbasis digital. Ketika infrastruktur teknologi informasi di desa terus berkembang, keterampilan yang diperoleh dari pelatihan ini akan menjadi modal penting untuk mengakselerasi pemanfaatan teknologi digital dalam skala yang lebih luas.

Melalui program pelatihan ini, masyarakat tidak hanya akan mampu membangun toko online secara mandiri, tetapi juga memahami bagaimana mengelolanya secara profesional. Hal ini menjadi bagian dari upaya pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, sekaligus menjadi kontribusi nyata dalam mendukung agenda pembangunan ekonomi desa secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan pembuatan toko online ini ditujukan kepada pelaku UMKM yang berada di lingkungan Desa Sungai Rebo, Kabupaten Banyuasin I, dengan jumlah peserta sebanyak 15 orang. Pelaksanaan kegiatan ini dirancang melalui empat tahapan utama, yaitu: perencanaan, persiapan, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, serta pemantauan dan evaluasi. Setiap tahapan dirancang secara sistematis untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian dapat berjalan efektif dan memberikan dampak nyata bagi sasaran kegiatan.

Tahap pertama adalah perencanaan pelatihan, dimana tim pelaksana melakukan pengamatan dan analisis situasi di lapangan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan pelaku UMKM dalam hal pemasaran digital. Identifikasi dilakukan melalui observasi langsung dan diskusi informal dengan pelaku UMKM dan perangkat desa. Pendekatan berbasis kebutuhan ini penting agar solusi yang ditawarkan sesuai dengan konteks lokal dan kapabilitas sasaran (Aulia et al., 2023)

Tahap kedua adalah persiapan pelatihan, yang mencakup penyusunan materi, perangkat ajar, dan skenario pelatihan. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep toko online, manfaat e-commerce, serta tahapan praktis pembuatan dan pengelolaan toko online menggunakan platform shopee.

Pemilihan platform ini dilakukan berdasarkan kemudahan penggunaan dan kesesuaian dengan tingkat literasi digital peserta. Pemilihan platform yang ramah pengguna berperan penting dalam meningkatkan keberhasilan adopsi teknologi oleh pelaku UMKM pemula (Triyanto et al., 2025).

Tahap ketiga adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, yang menjadi inti dari kegiatan. Pada tahap ini, peserta mendapatkan pemaparan materi secara interaktif mengenai strategi dan manfaat penggunaan toko online untuk mendukung kegiatan UMKM. Masing-masing peserta didampingi dalam membuat akun email sebagai identitas digital awal. Selanjutnya, dilakukan demonstrasi pembuatan toko online di platform shopee dan menambahkan informasi produk, diikuti oleh sesi praktik mandiri oleh peserta dengan bimbingan dari tim pelaksana. Pendekatan seperti ini terbukti lebih efektif dalam meningkatkan kapasitas dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan pasar (Noor, 2025).

Tahap terakhir adalah pemantauan dan evaluasi pelatihan. Setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan, tim pengusul melakukan evaluasi untuk mengukur ketercapaian tujuan program. Evaluasi dilakukan berdasarkan indikator keberhasilan yang telah ditentukan sebelumnya, seperti keberhasilan peserta dalam membuat akun toko online, mengunggah produk, serta pemahaman terhadap materi yang disampaikan. Selain itu, pemantauan dilakukan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi peserta selama proses pelatihan. Hasil dari proses evaluasi dan pemantauan tersebut kemudian dituangkan dalam laporan kemajuan dan laporan akhir pengabdian kepada masyarakat, sebagai bentuk pertanggungjawaban dan dasar untuk perbaikan kegiatan sejenis di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertajuk Pelatihan Pembuatan Toko Online bagi Pelaku UMKM di Desa Sungai Rebo, Kabupaten Banyuasin I, telah berhasil dilaksanakan pada tanggal 16 Oktober 2024. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dasar kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Seiring dengan tren digitalisasi yang terus berkembang, pemanfaatan teknologi informasi oleh UMKM menjadi krusial untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar mereka (Anam & Yosepha, 2024; Parebong, 2024; Yuniarti, 2023).

Pelatihan ini diikuti oleh 15 orang peserta yang seluruhnya merupakan warga Desa Sungai Rebo dan aktif dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah. Para peserta berasal dari berbagai latar belakang usaha, seperti kuliner rumahan, kerajinan tangan, hasil pertanian, hingga produk olahan lokal khas desa. Pemerintah desa turut mendukung kegiatan ini, sebagaimana disampaikan dalam sambutan Kepala Desa, yang menekankan pentingnya digitalisasi UMKM dalam pembangunan ekonomi lokal (Fauzi et al., 2023).

Kegiatan inti diawali dengan pemaparan materi mengenai konsep toko online, digital marketing, serta pengenalan platform marketplace, namun fokus pelatihan diarahkan pada penggunaan platform Shopee. Platform ini dipilih karena shopee merupakan marketplace yang paling populer saat ini dan memiliki antarmuka yang sederhana dan mudah digunakan oleh pemula (Alamin et al., 2023). Pelatihan dirancang secara interaktif, dimana peserta langsung mempraktikkan setiap materi yang diajarkan. Pendekatan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknis, khususnya di kalangan masyarakat yang belum terbiasa dengan teknologi digital (Hayaty & Ritha, 2024)

Setelah sesi pemaparan, peserta langsung mengikuti praktik pendampingan yang dilakukan secara bertahap. Tahapan pertama adalah pembuatan akun email sebagai prasyarat untuk registrasi akun toko online. Peserta dibimbing secara individual dalam proses ini, mulai dari mengakses aplikasi

email, mengisi formulir pendaftaran, hingga verifikasi akun. Semua peserta berhasil membuat akun email aktif yang kemudian digunakan dalam tahapan berikutnya.

Tahapan kedua adalah pembuatan akun di platform Shopee. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan dengan antarmuka aplikasi, langkah-langkah registrasi, pengisian informasi toko, pengunggahan foto profil, dan pengaturan awal lainnya. Selama proses ini, peserta menunjukkan antusiasme tinggi, bahkan beberapa peserta sudah mulai mengunggah foto produk mereka ke akun toko yang baru saja dibuat. Tim pengabdian juga memberikan contoh deskripsi produk yang menarik dan informatif agar peserta dapat menyesuaikan dengan produk masing-masing. Gambar 3.1. menunjukkan suasana pendampingan pembuatan toko online.



Gambar 3.1. Kegiatan Pendampingan Pembuatan Toko Online

Dari hasil evaluasi akhir kegiatan, diperoleh data bahwa 100% peserta berhasil membuat akun email dan akun Shopee secara mandiri dengan bimbingan minimal. Selain itu, sekitar 70% peserta telah mengunggah setidaknya satu produk ke akun toko mereka pada akhir sesi pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya berhasil mentransfer pengetahuan, tetapi juga memberikan keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan. Peserta juga menyampaikan bahwa mereka merasa lebih percaya diri untuk mulai memasarkan produk secara digital, dan banyak di antara mereka yang menyatakan minat untuk melanjutkan proses belajar ke tahap yang lebih lanjut, seperti teknik fotografi produk, manajemen toko digital, hingga strategi promosi online.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa keterbatasan akses teknologi bukan menjadi hambatan utama apabila peserta diberi panduan sistematis dan kontekstual. Keberhasilan kegiatan ini didukung oleh pendekatan pelatihan partisipatif, materi yang sesuai dengan kebutuhan lokal, dan pendampingan yang intensif (Hayaty & Ritha, 2024). Literasi digital dasar seperti penggunaan Email dan media sosial menjadi pondasi penting bagi keberlanjutan program transformasi digital (Saragih et al., 2024).

Sebagai tindak lanjut, disarankan dilakukan pelatihan lanjutan yang mencakup konten digital seperti desain grafis sederhana, copywriting, serta manajemen media sosial. Pembentukan komunitas digital UMKM juga penting untuk mendorong pembelajaran berkelanjutan dan kolaborasi antar pelaku usaha desa (Mariam & Ramli, 2023). Selain itu, kerja sama antara pihak pemerintah, institusi

pendidikan, dan sektor industri sangat penting untuk menyelenggarakan pelatihan dan merumuskan kebijakan yang mendukung peningkatan kemampuan digital para pelaku usaha (Ausat et al., 2025; Habib & Sutopo, 2024). Dengan demikian, kegiatan ini menjadi langkah awal yang strategis dalam mendukung transformasi digital dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa melalui penguatan UMKM berbasis teknologi informasi.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan pembuatan toko online bagi pelaku UMKM di Desa Sungai Rebo, Kabupaten Banyuasin I, telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pelatihan ini mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital dasar masyarakat, khususnya dalam membuat akun email dan toko online menggunakan platform Shopee. Seluruh peserta berhasil mengikuti seluruh tahapan pelatihan dan praktik secara aktif, bahkan sebagian besar telah mulai mengunggah produk mereka ke dalam akun toko online masing-masing.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan lokal sangat efektif dalam mendorong transformasi digital pada sektor UMKM. Selain mendapatkan keterampilan teknis, peserta juga menunjukkan peningkatan motivasi dan rasa percaya diri untuk memasarkan produk secara daring. Hal ini menjadi indikasi positif bahwa pelaku UMKM di desa memiliki potensi besar untuk berkembang jika diberikan akses, pendampingan, dan pelatihan yang tepat. Sebagai langkah tindak lanjut, diperlukan dukungan berkelanjutan dalam bentuk pelatihan lanjutan, pembentukan komunitas UMKM digital, serta kolaborasi dengan pihak terkait agar proses digitalisasi UMKM dapat terus berlanjut dan memberikan dampak jangka panjang terhadap perekonomian desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ini menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sriwijaya atas dukungan dan pendanaan yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Sungai Rebo, Kecamatan Banyuasin I, khususnya kepada Bapak Kepala Desa yang telah memberikan izin, dukungan penuh, serta fasilitas yang dibutuhkan selama pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, Fathir, & Khairunna. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Aliyah, A. H. (2022). *PERAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT*. 3(1). <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>
- Anam, K., & Yosepha, S. Y. (2024). Analisis Pengembangan UMKM dalam Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing di Era Digital. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 96–107. <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i1>
- Aulia, W., Santosa, I., Ihsan, M., & Nugraha, A. (2023). Pemanfaatan Paradigma Teknologi Tepat Guna dalam Merancang Produk: Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Desain Indonesia*, 5(2), 70–88.
- Ausat, A. M. A., Suparwata, D. O., & Risdwiyanto, A. (2025). Optimalisasi Digital Competence sebagai Strategi Adaptasi Dinamis Wirausahawan dalam Menghadapi Disrupsi Pasar di Era Digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 173–182. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14674>
- Endrawati, T., Safarudin, M. S., Windreis, C., Mulyadi, A., Zahrudin, A., & Yusnanto, T. (2023). Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Online bagi UMKM di Berbagai Provinsi. *Community Development Journal*, 4(2), 4501–4512.

- Fauzi, H., Kusumadewi, R. N., Mulyani, H. S., & Prihartini, E. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui Optimalisasi Pengetahuan, Pemahaman, Inovasi dan Pengenalan Digitalisasi Menuju Desa yang Kreatif. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3512–3516. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.7020>
- Habib, M. A. F., & Sutopo. (2024). Pembinaan Umkm Dalam Aspek Komunikasi Pemasaran Sebagai Wujud Pemberdayaan Perempuan di Sekitar Kawasan Wisata Pantai. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 4(1), 85–100.
- Hayaty, N., & Ritha, N. (2024). Pelatihan dan Pendampingan E-Commerce bagi UMKM di Batam: Membangun Ekosistem Digital yang Berkelanjutan. *TENANG : Teknologi, Edukasi, Dan Pengabdian Multidisiplin Nusantara Gemilang*, 1(1), 28–33. <https://journal.patin.or.id/index.php/tenang>
- Juwita, D. R., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(5), 249–255. <https://doi.org/10.17977/um068v2i52022p249-255>
- Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Membangun Praktik Digital Marketing Unggul untuk Peningkatan Pemasaran UMKM Di Kota Jakarta. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services*, 3(4), 379–390.
- Mujiyana, M., & Elissa, I. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian via internet pada toko online. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 8(3), 143–152.
- Noor, A. S. (2025). Pendampingan UMKM Konveksi dalam Meningkatkan Akses Pasar dan Kinerja Usaha. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 3(03), 99–111. <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v3i03>
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815–821. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823>
- Parebong, A. B. (2024). Literature Review: Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Interdisipliner Indonesia*, 1(1), 17–24. <https://e-journal.naurendigitation.com/index.php/mj>
- Saragih, J. F. L., Faradilla, A. J., Nasution, R. A., Tafonao, D. F. A., Pitaloka, D., Amelia, B., Munawaroh, & Dongoran, D. (2024). Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(5), 1788–1795. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk di Desa Duku Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1066–1078. <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>
- Sitepu, Y. M. R. (2023). Peran UMKM dalam Penanggulangan Kemiskinan di Indonesia. *Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance*, 1(2), 99–108. <https://doi.org/10.37985/benefit.v1i2.334>
- Soraya, R. D., Hasanah, M., Setiawan, A., & Nicky G.R., M. F. (2023). Efektivitas Pelatihan Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Kuliner di Kota Banjarmasin. *Economic & Education Journal*, 6(1), 168–188. <http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/ecoducation>
- Triyanto, Nuryatno, M., Mulyani, S. D., Nugraha, E. R., Jovanka, F., & Resi, E. E. (2025). Transformasi Digital-Strategi UMKM Untuk Berdaptasi di Era Industri 4.0 Melalui Pelatihan dan Pendampingan. *Jurnal Abdikaryasakti*, 5(1), 25–42. <https://doi.org/10.25105/ja.v5i1.22611>
- Wijaya, H., Listiana, N., Nugroho, F., Desi Hertin, R., Aslamiah Istiqomah, N., Maghfuriyah, A., & Anjara, F. (2024). Pemberdayaan Pengusaha Lokal Melalui Transformasi Digital Marketing Untuk UMKM di Kelurahan Tirta Jaya, Kota Depok. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(3), 337–345. <https://doi.org/10.59025/11439989>
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299–306. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.177>

Halaman ini sengaja dikosongkan