



Pemberdayaan UMKM Melalui Literasi Digital dan Implementasi Green Economy di Desa Hutamonu Kecamatan Botumoito Kabupaten Boalemo

Heldy Vanni Alam¹, Rezkiawan Tantawi², Robiyati Podungge³, Mohamad Agus Salim Monoarfa⁴, Rafli Said⁵, Mohamad Rifaldy Estefanus⁶

^{1,2,3,4,5,6} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, Gorontalo 96128, Indonesia

E-mail: heldy.alam@ung.ac.id¹, rezkiawan@ung.ac.id², robiyatipodungge@ung.ac.id³, agusmonoarfa@ung.ac.id⁴

Article History:

Received: 23-08-2025

Revised: 22-10-2025

Accepted: 27-10-2025

Keywords:

*Literasi Digital,
Green Economy,
Sekolah Perempuan
Berdaya, Kelas
UMKM*

Abstract: *Peningkatan kapasitas UMKM pedesaan menjadi strategi kunci dalam mendorong pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Artikel ini menganalisis hasil intervensi pelatihan terpadu yang dirancang untuk mengatasi tantangan utama UMKM di Desa Hutamonu, yakni rendahnya literasi digital, dan minimnya penerapan prinsip green economy. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif selama empat minggu, dengan melibatkan pemerintah desa dan komunitas lokal sebagai mitra kolaboratif. Materi pelatihan mencakup digitalisasi usaha, promosi berbasis media sosial, dan penggunaan kemasan ramah lingkungan. Temuan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan manajerial dan digital peserta, serta munculnya inisiatif adopsi praktik usaha berkelanjutan, seperti transisi dari kemasan plastik ke botol kaca. Aktivitas pengabdian ini menegaskan pentingnya integrasi pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas dan orientasi keberlanjutan dalam penguatan UMKM desa, serta kontribusinya terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dan agenda transformasi digital di sektor informal.*

Pendahuluan

Pengembangan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah pedesaan merupakan strategi krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. UMKM berperan sebagai penyerap tenaga kerja, penyedia barang dan jasa lokal, serta katalisator pengembangan ekonomi berbasis komunitas (Tambunan, 2020). Meskipun demikian, UMKM di kawasan pedesaan masih menghadapi tantangan struktural dan teknologi, terutama dalam hal kemampuan manajerial, pemanfaatan digitalisasi, dan penerapan praktik usaha berkelanjutan (Utami & Nugroho, 2022).

Desa Hutamonu, yang terletak di Kecamatan Botumoito, Kabupaten Boalemo, Provinsi Gorontalo, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal cukup besar, khususnya di sektor pertanian, perikanan, serta produk olahan rumah tangga. Berdasarkan Profil Desa tahun 2024, lebih dari 65% penduduknya berada dalam usia produktif, dan sekitar

40% dari mereka terlibat dalam kegiatan ekonomi produktif non-formal, terutama sektor UMKM. Usaha yang umum dijalankan antara lain produksi makanan ringan berbasis pisang, singkong, dan jagung, minyak kampung, serta kuliner rumahan.

Namun, observasi lapangan dan wawancara dengan aparat desa dan pelaku UMKM menunjukkan bahwa terdapat sejumlah kendala mendasar. Pertama, rendahnya literasi digital menyebabkan sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial, marketplace, atau katalog digital untuk memperluas jangkauan pasar (Setiawan & Pramudito, 2021). Kedua, keterbatasan dalam pengelolaan usaha, seperti pencatatan keuangan, pengemasan, dan branding produk, membuat UMKM sulit meningkatkan daya saingnya (Ramadhan & Lestari, 2020). Ketiga, kesadaran terhadap praktik usaha ramah lingkungan masih minim, termasuk dalam aspek pengelolaan limbah produksi, penggunaan kemasan berkelanjutan, dan efisiensi energi (Nugraha et al., 2021).

Berdasarkan data desa tahun 2024, hanya sekitar 15% UMKM di Desa Hutamonu yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan melakukan pemasaran secara digital. Di sisi hulu, mayoritas pelaku usaha belum memiliki standar baku bahan produksi, belum mengembangkan sistem manajemen persediaan, dan belum terhubung dengan lembaga pembiayaan formal. Sementara itu, di sisi hilir, distribusi produk masih terbatas secara lokal dan belum memanfaatkan teknologi logistik atau strategi promosi berbasis internet.

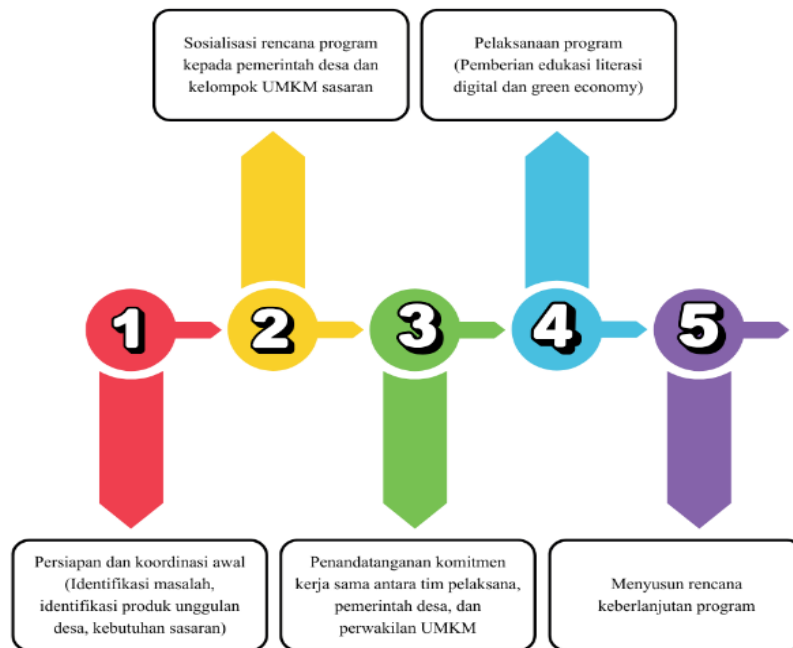
Menjawab tantangan tersebut, program pelatihan terpadu yang dirancang dalam kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan kapasitas literasi digital pelaku UMKM, (2) mengintegrasikan prinsip green economy ke dalam proses produksi, serta (3) memperkuat kelembagaan usaha melalui pelatihan manajemen keuangan dan proposal bisnis. Kegiatan ini melibatkan Pemerintah Desa Hutamonu sebagai mitra utama dan kelompok Sekolah Perempuan Berdaya sebagai sasaran utama, yang sebelumnya telah dibina melalui program desa mandiri.

Selain memiliki manfaat sosial-ekonomi, kegiatan ini juga berkontribusi pada pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, yaitu IKU 3 (dosen berkegiatan di luar kampus), IKU 5 (hasil kerja dosen digunakan masyarakat), dan IKU 7 (kelas kolaboratif dan partisipatif). Lebih jauh, kegiatan ini mendukung upaya pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan poin 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas individu pelaku usaha sekaligus memperkuat ekosistem UMKM yang berbasis digital dan berwawasan lingkungan.

Metode

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Hutamonu dirancang secara sistematis untuk menangani dua bidang permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM, yaitu dalam bidang manajemen usaha dan pemasaran digital, serta didukung dengan

penerapan prinsip produksi ramah lingkungan (green economy). Pendekatan pelaksanaan menggunakan metode partisipatif dan inklusif, yang mengedepankan keterlibatan aktif mitra sasaran sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut;



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Program

1. Tahapan Pelaksanaan Program

- Persiapan dan Koordinasi Awal; Identifikasi awal potensi, kebutuhan spesifik, dan kesiapan masing-masing unit usaha melalui kuesioner dan wawancara mendalam.
- Sosialisasi rencana program kepada pemerintah desa dan kelompok UMKM sasaran.
- Penandatanganan komitmen kerja sama antara tim pelaksana, pemerintah desa, dan perwakilan UMKM.

2. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

- Materi: Pembuatan akun media sosial usaha, marketplace, teknik fotografi produk, penulisan konten promosi (caption).
- Kegiatan: Lokakarya pembuatan akun usaha, pendampingan unggah produk, dan evaluasi performa akun.

3. Penerapan Prinsip Green Economy dalam Produksi

- Materi: Penggunaan kemasan ramah lingkungan, pengelolaan limbah, efisiensi energi.
- Kegiatan: Lokakarya produk berbasis bahan daur ulang, dan pemilahan limbah produksi.

4. Partisipasi Mitra dan Pihak Pendukung

- Mitra Sasaran: Kelompok UMKM Sekolah Perempuan Berdaya aktif dalam setiap tahap pelaksanaan, termasuk menjadi peserta dalam pelatihan.
- Pemerintah Desa Hutamonu: Menyediakan fasilitas (balai desa), menyusun daftar peserta, serta ikut dalam proses evaluasi.

5. Evaluasi dan Keberlanjutan Program

- a. Evaluasi dilakukan melalui indikator kinerja pelatihan: keberhasilan membuat akun digital, dan perubahan perilaku produksi ramah lingkungan.
 - b. Keberlanjutan didorong melalui pembentukan Forum UMKM Digital Desa Hutamonu yang difasilitasi pemerintah desa dan didampingi oleh mahasiswa HMJ Manajemen sebagai mentor, serta pendampingan pembuatan kemasan produk yang bisa didaur ulang.
6. Peran Tim Pelaksana dan Mahasiswa
- a. Ketua Tim: Menyusun strategi pelatihan, mengelola program, dan memimpin evaluasi.
 - b. Anggota Dosen 1: Merancang materi promosi digital dan mendampingi peserta dalam membuat akun.
 - c. Anggota Dosen 2: Memberikan pelatihan dan pendampingan teknis terkait produksi berwawasan lingkungan.
 - d. Anggota Dosen 3: Memberikan penguatan terkait identifikasi produk unggulan desa
 - e. Anggota Mahasiswa 1: Mendampingi peserta dalam pembuatan akun dan pengemasan.
 - f. Anggota Mahasiswa 2: Menyusun laporan mini hasil observasi per UMKM.

Hasil

Sebelum pelaksanaan pelatihan, dilakukan pemetaan kebutuhan melalui observasi partisipatif dan wawancara semi-struktur dengan pelaku UMKM. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki pemahaman dasar mengenai pemanfaatan media digital untuk promosi produk. Produk masih dipasarkan secara konvensional dari mulut ke mulut, tanpa dokumentasi visual yang memadai, dan belum terintegrasi dengan platform digital seperti media sosial atau marketplace. Selain itu, praktik usaha cenderung mengabaikan prinsip keberlanjutan, di antaranya penggunaan kemasan plastik sekali pakai dan belum adanya sistem pengelolaan limbah produksi.

Guna terselenggaranya kegiatan dengan baik, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan pihak Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Boalemo serta pemerintah Desa Hutamonu untuk menjalin komunikasi awal dan memastikan kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat setempat. Melalui koordinasi ini, tim memperoleh persetujuan dan dukungan resmi dari pihak terkait sebagai dasar pelaksanaan kegiatan di lapangan. Selain itu, proses koordinasi juga mencakup pembahasan mengenai pembagian peran, jadwal kegiatan, serta potensi kolaborasi lokal yang dapat memperkuat keberlanjutan program. Setelah memperoleh kesediaan dari mitra, tim kemudian melakukan pengajuan proposal kegiatan (submit proposal) melalui sistem Paluwala, sebagai bentuk administratif dan mekanisme resmi dalam memperoleh persetujuan serta pendanaan kegiatan.

Tim pengabdian kemudian menyelenggarakan kegiatan sosialisasi program di Desa Hutamonu yang dihadiri oleh pemerintah desa serta kelompok UMKM sasaran dalam hal ini komunitas sekolah perempuan berdaya. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai tujuan, manfaat, dan bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan, sekaligus membangun komitmen serta partisipasi aktif masyarakat. Dalam

kegiatan ini, tim melakukan paparan awal (initial presentation) mengenai rancangan kegiatan, alur pelaksanaan, serta hasil yang diharapkan, agar semua pihak memiliki persepsi dan ekspektasi yang sama. Sosialisasi juga berfungsi sebagai sarana untuk menjaring masukan dari masyarakat, sehingga kegiatan yang dirancang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal. Melalui proses ini, diharapkan tercipta hubungan kerja sama yang harmonis antara tim pelaksana, pemerintah desa, dan kelompok sasaran UMKM.

Pelatihan intensif dilaksanakan selama satu minggu dengan metode tatap muka, diskusi kelompok, dan simulasi praktik. Dalam bidang literasi digital, pelatihan difokuskan pada pembuatan akun media sosial usaha (khususnya Instagram dan Facebook), teknik fotografi produk dengan perangkat sederhana, penulisan konten promosi, serta pengenalan strategi pemasaran berbasis algoritma. Hasilnya, sebagian besar peserta memahami bagaimana cara mengunggah konten promosi mandiri, dan mulai memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti cerita dan tagar untuk meningkatkan jangkauan promosi.

Dalam bidang *green economy*, materi mencakup prinsip dasar produksi ramah lingkungan, pemilihan bahan kemasan berkelanjutan, serta pengelolaan limbah domestik rumah tangga dari kegiatan usaha. Respons peserta menunjukkan kesadaran baru terhadap pentingnya keberlanjutan lingkungan dalam aktivitas ekonomi. Sebagai bentuk implementasi awal, beberapa pelaku usaha mulai berkomitmen untuk mengganti kemasan plastik dengan botol kaca daur ulang dan mengurangi penggunaan bahan non-degradable dalam proses produksi. Kesadaran ini juga diperkuat melalui diskusi terbuka yang mengaitkan dampak lingkungan dengan keberlanjutan usaha jangka panjang.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Hutamonu selama empat minggu menunjukkan hasil yang signifikan dalam dua aspek utama penguatan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yakni literasi digital dalam pemasaran serta penerapan prinsip produksi ramah lingkungan (*green economy*). Faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini adalah keterlibatan aktif Pemerintah Desa, yang tidak hanya menyediakan fasilitas dan mengorganisasi peserta, tetapi juga menyatakan dukungan terhadap keberlanjutan program melalui rencana pembentukan Forum UMKM Digital Desa Hutamonu sebagai wadah kolaboratif antar pelaku usaha lokal.

Secara umum, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis konteks lokal, yang dikombinasikan dengan metode partisipatif dan praktik langsung, efektif dalam meningkatkan literasi digital dan kesadaran lingkungan bagi pelaku UMKM desa. Hasil ini menjadi indikasi awal bahwa transformasi UMKM ke arah digital dan berkelanjutan dapat dimulai dari intervensi sederhana namun terstruktur dan relevan dengan kebutuhan komunitas.

Tabel 1. Luaran Kegiatan yang Dicapai

No.	Jenis Luaran	Capaian	Keterangan
1	Peserta Pelatihan	Kelompok UMKM Sekolah Perempuan Berdaya	Terverifikasi dan hadir aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan
2	Akun Usaha Digital	1 akun usaha dibuat	Meliputi akun Facebook dan Instagram
3	Konten Promosi Produk	≥1 konten per hari	Foto produk dan caption promosi diunggah selama pelatihan
4	Adopsi Green Economy	Produk minyak kampung yang mulanya menggunakan kemasan plastik, setelah pembobotan materi akan menggunakan botol kaca	Setelah dilaksanakan pelatihan, pelaku UMKM berkomitmen untuk beralih menggunakan botol kemasan kaca
7	Laporan dan Dokumentasi Kegiatan	1 laporan lengkap	Meliputi laporan naratif, dokumentasi visual, daftar hadir



Gambar 2. Pemberian Materi Green Economy



Gambar 3. Pemberian Materi Literasi Digital



Gambar 4. Penandatanganan Implementation Agreement

Diskusi

Hasil pelaksanaan program pelatihan literasi digital dan green economy bagi pelaku UMKM di Desa Hutamonu menunjukkan bahwa intervensi berbasis kebutuhan lokal mampu menghasilkan dampak positif dalam waktu relatif singkat. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya pendekatan berbasis partisipasi dan kontekstual dalam pemberdayaan masyarakat desa (Effendi & Suryana, 2021).

Dalam aspek literasi digital, pelaku UMKM mengalami peningkatan kemampuan dalam menggunakan platform media sosial untuk promosi dan komunikasi usaha. Transformasi ini menjadi penting karena digitalisasi terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM, terutama di wilayah dengan akses fisik yang terbatas (Aprilianti & Wibowo, 2022). Adopsi media sosial oleh pelaku usaha kecil juga berkontribusi pada peningkatan interaksi pelanggan dan memperkuat identitas merek lokal (Susanti & Lestari, 2021). Meskipun sebagian peserta masih berada dalam tahap awal pemahaman teknologi, keberhasilan mereka dalam membuat akun usaha dan mengunggah konten promosi menunjukkan potensi akselerasi digital yang menjanjikan bila didukung secara berkelanjutan.

Dalam aspek green economy, respon positif peserta terhadap pelatihan ramah lingkungan menunjukkan bahwa kesadaran ekologi dalam praktik usaha dapat ditumbuhkan melalui pendidikan berbasis praktik langsung. Inisiatif peserta dalam mengganti kemasan plastik dengan botol kaca menandakan adanya pergeseran persepsi dari orientasi keuntungan jangka pendek ke arah keberlanjutan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan temuan Nugraha et al. (2021), yang menyatakan bahwa praktik produksi berkelanjutan pada skala mikro memiliki kontribusi besar terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs),

khususnya SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab).

Lebih jauh, keterlibatan Pemerintah Desa dalam mendukung keberlanjutan program melalui rencana pembentukan Forum UMKM Digital menunjukkan pentingnya peran kelembagaan lokal dalam menciptakan ekosistem usaha yang kolaboratif dan berdaya tahan. Keterlibatan pemangku kepentingan lokal terbukti memperkuat rasa kepemilikan komunitas dan memperbesar peluang keberlanjutan program pasca intervensi (Putri & Handayani, 2020).

Rencana Keberlanjutan Program

Agar dampak program pengabdian ini tetap berkelanjutan setelah kegiatan selesai, tim pelaksana telah menyusun strategi keberlanjutan berbasis pemberdayaan lokal, kolaborasi kelembagaan, dan penguatan kapasitas internal mitra. Rencana keberlanjutan ini disusun agar keterampilan, pengetahuan, dan jaringan yang telah dibangun tidak hanya berhenti pada saat program berlangsung, tetapi terus berkembang dan memberi manfaat jangka panjang bagi pelaku UMKM di Desa Hutamonu.

1. Penguatan Kelembagaan Mitra Lokal

Setelah pelatihan, akan dibentuk Forum UMKM Digital Desa Hutamonu yang beranggotakan para pelaku UMKM peserta program. Forum ini bertujuan untuk menjadi wadah kolaborasi, berbagi informasi, saling bantu promosi, serta diskusi pengembangan usaha secara mandiri. Forum ini akan difasilitasi oleh Pemerintah Desa melalui dukungan rutin dalam bentuk ruang diskusi, promosi di kanal resmi desa, dan akses ke program bantuan UMKM dari dinas terkait.

2. Pelibatan Mahasiswa KKN atau Magang Berbasis MBKM

Keberlanjutan program akan diperkuat melalui pelibatan mahasiswa dari program KKN Tematik atau magang berbasis MBKM yang ditempatkan di Desa Hutamonu. Mahasiswa ini akan bertugas membantu penguatan forum UMKM, memberikan pelatihan lanjutan secara informal, serta membantu digitalisasi usaha baru yang muncul pasca pelatihan.

3. Dukungan Berkelanjutan melalui Media Digital

Tim pelaksana juga akan membuat grup WhatsApp atau kanal komunikasi daring lainnya untuk tetap menjalin komunikasi dengan mitra, memantau perkembangan UMKM pasca pelatihan, serta menjawab pertanyaan atau memberikan bimbingan teknis ringan secara berkala.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Hutamonu berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam dua aspek strategis: pemasaran digital (literasi digital), dan produksi ramah lingkungan (green economy). Dengan pendekatan pelatihan terpadu, kegiatan ini mampu menjawab permasalahan mitra secara langsung.

Seluruh rangkaian kegiatan mulai dari tahap koordinasi, pelatihan, hingga dokumentasi berjalan lancar dengan dukungan aktif dari mitra sasaran dan pemerintah desa. Seluruh anggota sekolah perempuan berdaya terlibat aktif dan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan menggunakan media digital untuk promosi, serta mulai mengadopsi praktik ramah lingkungan dalam proses produksi. Dampak jangka panjang dari kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat ekonomi lokal berbasis teknologi dan lingkungan yang berkelanjutan.

Masih terdapat sejumlah tantangan struktural yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut, seperti keterbatasan akses terhadap perangkat digital, tingkat literasi teknologi yang belum merata, serta keterbatasan sumber daya dalam mendukung transisi menuju praktik produksi yang sepenuhnya ramah lingkungan.

Pengakuan/Acknowledgements

Apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo atas dukungan pendanaan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Boalemo, Kecamatan Botumoitto, dan Pemerintah Desa Hutamonu atas kerjasama, dukungan logistik, dan fasilitasi kegiatan di lapangan. Kepada Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berperan aktif dalam pendampingan teknis dan dokumentasi selama kegiatan berlangsung. Terima kasih juga kepada komunitas Sekolah Perempuan Berdaya yang menjadi mitra, serta seluruh peserta pelatihan atas partisipasi aktif, semangat belajar, dan kontribusi positif selama proses pelatihan.

Daftar Referensi

- Aprilianti, Y., & Wibowo, A. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 45–56. <https://doi.org/10.21831/jmk.v14i1.23561>
- Effendi, M. I., & Suryana, Y. (2021). Pemberdayaan masyarakat berbasis partisipasi lokal dalam pengembangan ekonomi desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 78–89. <https://doi.org/10.12345/jpkm.v3i2.890>
- Nugraha, A. A., Wicaksono, A., & Pradipta, R. A. (2021). Strategi pengembangan UMKM berbasis green economy di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 12(2), 145–158. <https://doi.org/10.24843/JEPD.2021.v12.i2.p05>
- Nugraha, A. A., Wicaksono, A., & Pradipta, R. A. (2021). Strategi pengembangan UMKM berbasis green economy di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 12(2), 145–158. <https://doi.org/10.24843/JEPD.2021.v12.i2.p05>
- Putri, R. D., & Handayani, S. (2020). Keterlibatan pemerintah desa dalam pemberdayaan ekonomi lokal: Studi kasus pada UMKM binaan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24(3), 214–226. <https://doi.org/10.22146/jsp.54721>

- Ramadhan, F., & Lestari, I. P. (2020). Pentingnya manajemen keuangan bagi UMKM dalam meningkatkan keberlanjutan usaha. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 21–30. <https://doi.org/10.31289/jab.v5i1.3456>
- Setiawan, R., & Pramudito, A. (2021). Literasi digital dan transformasi pemasaran UMKM pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 33–42. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.33-42>
- Susanti, R., & Lestari, D. (2021). Strategi pemasaran digital berbasis media sosial untuk UMKM: Studi pada usaha kuliner lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 98–107. <https://doi.org/10.23917/jeb.v8i1.4567>
- Tambunan, T. T. H. (2020). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu dan kebijakan strategis*. Jakarta: LP3ES.
- Utami, A. D., & Nugroho, Y. (2022). Model pemberdayaan UMKM berbasis komunitas dalam era ekonomi digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 210–225. <https://doi.org/10.37278/jpmn.v2i3.1012>