



Pemanfaatan IPTEK melalui Website sebagai Upaya Scale Up pada Kelompok UMKM Semabu Desa Pasir Jambu

Ratih Ayu Sekarini¹, Mimin Mintarsih², Farhana², Ratna Galuh Manika Trisista², Wiwin¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Jakarta, Jl Balai Rakyat Utan Kayu Jakarta Indonesia 13120

²Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Jakarta, Jl Balai Rakyat Utan Kayu Jakarta Indonesia 13120

*Email korespondensi: sister.ratih13@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10 Mar 2025

Accepted: 26 Mei 2025

Published: 30 Jul 2025

Kata kunci:

UMKM Semabu;

Scale up;

Website

Keyword:

Semabu MSMEs;

Scale up;

Website

ABSTRAK

Background: Dalam meningkatkan daya saing dan strategi pemasaran secara efektif pada UMKM Semabu desa pasir jambu. Penelitian ini bertujuan meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan iptek sebagai upaya scale-up, dengan studi kasus pada UMKM Semabu di Desa Pasir Jambu, Bandung. **Metode:** Metode penelitian 1) mengidentifikasi analisis kebutuhan 2) pembuatan dan pengelolaan website 3) pelatihan dan literasi digital dan pemasaran berbasis website 4) pendampingan dan evaluasi berkala dan 5) model implementasi yang dapat dikembangkan 6) Kerjasama dan tindak lanjut pembuatan sertivikat halal dengan BPJH kabupaten Bandun. **Hasil:** Setelah penerapan strategi pemasaran berbasis website, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pelanggan baru serta pertumbuhan penjualan. Keberhasilan kelompok UMKM Semabu dalam bersaing di lingkungan Desa Pasir Jambu dapat dikaitkan dengan pemanfaatan iptek bagi UMKM Semabu, penggunaan media sosial yang efektif, tampilan produk yang menarik, serta interaksi langsung dengan pelanggan melalui platform online. **Kesimpulan:** Pemahaman dan keterampilan dalam menerapkan strategi pemasaran online di kalangan pemilik usaha, khususnya kelompok UMKM Semabu di Desa Pasir Jambu, menjadi faktor krusial dalam keberhasilan usaha mereka, terutama dalam menghadapi persaingan di era digital. Namun demikian, untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat (PkM) secara menyeluruh, perlu dilakukan evaluasi secara kuantitatif guna mengukur dampak dan tingkat keberhasilannya secara objektif.

ABSTRACT

Background: MSMEs play an important role in the village economy, but fierce competition demands more effective marketing strategies. This research aims to improve the competitiveness of MSMEs through the utilisation of science and technology as a scale-up effort, with a case study on Semabu MSMEs in Pasir Jambu Village, Bandung. **Methods:** Research methods 1) identifying needs analysis 2) website creation and management 3) training and digital literacy and website-based marketing 4) mentoring and periodic evaluation and 5) implementation models that can be developed **Results:** After the implementation of the website-based marketing strategy, there was a significant increase in the number of new customers as well as sales growth. The success of the Semabu MSME group in competing in the Pasir Jambu

Village environment can be attributed to the utilisation of the <https://www.sihalal-semabu.com/> platform, effective use of social media, attractive product displays, and direct interaction with customers through online platforms. **Conclusion:** Understanding and skills in implementing online marketing strategies among business owners, especially the Semabu MSME group in Pasir Jambu Village, are crucial factors in the success of their businesses, especially in facing competition in the digital era.



© 2025 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008 tentang UMKM, sektor usaha kecil dan menengah berkontribusi secara signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja serta peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun, di tengah perkembangannya, UMKM masih menghadapi berbagai kendala, salah satunya adalah keterbatasan akses pasar dan rendahnya adopsi teknologi dalam pengelolaan bisnis mereka (Andhika et al., 2025; Arjang et al., 2025). Banyak pelaku UMKM yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional (Indarto et al., 2023), yang menyebabkan terbatasnya peluang untuk memperluas jangkauan pasar, terutama di era digital yang semakin berkembang saat ini (Salendar & Raharjo, 2022).

Salah satu kelompok UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang adalah UMKM SEMABU yang berlokasi di Desa Pasir Jambu. Meskipun memiliki produk unggulan, mereka masih menghadapi kendala dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pasar mereka. Salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), terutama melalui pengembangan dan pengelolaan website sebagai sarana pemasaran digital yang lebih efektif. Dengan adanya website, kelompok UMKM yang berjumlah 12 UMKM ini dapat lebih mudah menjangkau konsumen yang lebih luas, memperkenalkan produk mereka, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap merek yang mereka usung (Ngurah et al., 2024).

Saat ini, banyak UMKM di wilayah pedesaan, termasuk kelompok UMKM SEMABU di Desa Pasir Jambu, masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya website, sebagai sarana utama pemasaran dan ekspansi usaha. Kesenjangan utama (GAP) yang terjadi adalah masih rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM, kurangnya akses terhadap pelatihan teknologi berbasis digital, serta rendahnya tingkat penjualan produk UMKM yang menjadi rendahkan pendapatan akibat cara pemasaran yang masih konvensional. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang membatasi daya saing dan jangkauan pasar mereka. Program ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan menerapkan pendekatan berbasis komunitas yang tidak hanya membangun website untuk UMKM, tetapi juga melibatkan pelaku usaha secara aktif dalam pelatihan dan pengelolaan teknologi digital secara mandiri. Selain itu, program ini mengintegrasikan website dengan strategi pemasaran digital seperti optimasi mesin pencari (SEO) (Akpan et al., 2020), pemanfaatan media sosial, serta analisis data digital guna meningkatkan efektivitas promosi (Wilhelmina & Mistriani,

2025). Dengan adanya pendampingan jangka panjang dan model implementasi yang dapat direplikasi, program ini diharapkan menjadi solusi inovatif bagi UMKM di wilayah pedesaan dalam menghadapi tantangan transformasi digital (Godwin et al., 2024; Sitorus et al., 2025).

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) oleh kelompok UMKM SEMABU melalui pembuatan dan pengelolaan website sebagai media promosi dan pemasaran digital (Civelek et al., 2021). Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, para pelaku UMKM menunjukkan peningkatan dalam literasi digital, khususnya dalam memahami fungsi dan manfaat website dalam mendukung strategi pemasaran. Peserta juga mampu mengelola konten sederhana di platform website yang telah dibuat bersama selama kegiatan berlangsung.

Selain itu, kegiatan ini berkontribusi dalam membangun pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya keberadaan digital (*online presence*) untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi usaha mereka di tengah persaingan. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara langsung dan praktis berhasil mendorong peserta untuk mulai memanfaatkan teknologi digital secara lebih aktif. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa model pendampingan berbasis praktik langsung sangat efektif dalam membantu UMKM beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Dengan adanya program ini, UMKM SEMABU tidak hanya mendapatkan pemahaman konseptual, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam kegiatan usaha sehari-hari. Hal ini diharapkan dapat menjadi contoh implementasi nyata bagi UMKM lain yang ingin memulai transformasi digital secara berkelanjutan (Arumsari et al., 2022).

MASALAH

Berdasarkan analisis situasi maka dalam perngabdian ini:

Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim dosen dari Program Studi Manajemen Fakultas hukum terdiri dari 2 orang dosen dan 1 dosen dari fakultas ekonomi Universitas Islam Jakarta, termasuk penulis sebagai anggota pelaksana. Dalam kegiatan PkM ini Mitra Kelompok UMKM SEMABU yang berada di Desa Pasir Jambu, dengan jumlah anggota aktif sebanyak 12 pelaku UMKM dari berbagai jenis usaha kecil dan menengah. serta waktu kegiatan ini di kalsanakan pada bulan Mei 2025, dimulai dari persiapan awal juni, pelaksanaan inti pada 30 oktober, hingga evaluasi di bulan november.

1. Peningkatan literasi digital dan keterampilan pemasaran berbasis teknologi akan membantu kelompok UMKM SEMABU dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas.
2. Program ini dirancang dengan pendekatan berbasis komunitas dan pendampingan berkelanjutan, memungkinkan pelaku usaha untuk terus menyesuaikan strategi digital mereka dengan perkembangan teknologi.
3. Selain memberikan solusi praktis bagi UMKM SEMABU, kegiatan ini juga diharapkan menjadi model yang dapat diterapkan oleh UMKM lain di wilayah pedesaan untuk menghadapi tantangan digitalisasi dan memperluas skala usaha secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Untuk tahapan kegiatan dapat dilihat dalam skema berikut.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan oleh tim pelaksana dari Fakultas Hukum dan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Jakarta. Tim terdiri dari 3 orang dosen, yaitu satu ketua pelaksana dan dua anggota tim dosen pendamping dengan 5 orang mahasiswa dari fakultas hukum. Mitra dalam kegiatan ini adalah Kelompok UMKM SEMABU yang berlokasi di Desa Pasir Jambu, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung. Mitra ini merupakan kelompok UMKM yang aktif memproduksi dan memasarkan berbagai produk makanan olahan lokal, dengan jumlah anggota aktif sebanyak 12 pelaku usaha.

SKEMA TAHAPAN PEMANFAATAN IPTEK



Gambar 1. Skema Tahapan Pemanfaatan Iptek

Adapun metode yang dilaksanakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah:

1. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan

Sebelum implementasi program, dilakukan survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan dan kendala yang dihadapi UMKM SEMABU dalam pemanfaatan teknologi digital. Proses ini mencakup wawancara, observasi, serta pengisian kuesioner guna memahami tingkat literasi digital, pola pemasaran yang digunakan, serta kesiapan UMKM dalam mengadopsi website sebagai media pemasaran utama.

2. Pembuatan dan Pengelolaan Website

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, langkah berikutnya adalah pengembangan website sebagai platform pemasaran bagi UMKM SEMABU. Website ini akan dirancang dengan fitur yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti profil usaha, katalog produk, kontak bisnis, serta integrasi dengan media sosial dan fitur SEO agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan di mesin pencari (Chakti, 2019).

3. Pelatihan Literasi Digital dan Pemasaran Berbasis Website

Untuk memastikan keberlanjutan penggunaan website, para pelaku UMKM diberikan pelatihan mengenai:

- Dasar-dasar pengelolaan website, seperti mengunggah produk, memperbarui informasi, serta merespons pelanggan.
- Strategi pemasaran digital, termasuk SEO (*Search Engine Optimization*), pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan trafik website, serta teknik analisis data digital guna memahami perilaku pelanggan.

- c) Manajemen konten dan branding digital agar produk UMKM lebih menarik dan kompetitif (Asharie & Alie, 2023; Sekarini et al., 2025).
4. Pendampingan dan Evaluasi Berkala

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan selama 2 bulan untuk membantu UMKM mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara mandiri. Tim pendamping akan memberikan bimbingan teknis dalam mengelola website, mengoptimalkan SEO, serta mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui monitoring kinerja website, analisis peningkatan jumlah pengunjung, serta feedback dari pelaku UMKM mengenai manfaat yang dirasakan.
5. Model Implementasi yang Dapat Direplikasi

Sebagai upaya keberlanjutan, program ini juga akan menyusun panduan digitalisasi UMKM berbasis website yang dapat dijadikan referensi oleh kelompok usaha lain. Dengan demikian, program ini tidak hanya berdampak bagi UMKM SEMABU, tetapi juga dapat menjadi contoh bagi UMKM lain di wilayah pedesaan pasir jambu dalam mengadopsi teknologi digital untuk scale-up usaha mereka agar lebih maju (Maulana et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi dipercaya memberikan dampak besar pada keberhasilan bisnis (Arumsari et al., 2022; Ratnaningsih & Suaryana, 2014). Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi dalam aspek pemasaran adalah penggunaan website sebagai strategi pemasaran digital (Amallynda & Dewi, 2022). Pemanfaatan website sudah tidak perlu diragukan lagi karena terbukti efektif dalam menunjang peningkatan penjualan, terutama bagi UMKM. Merujuk pada fenomena tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah berupa perancangan website kelompok UMKM Semabu.

Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan wawancara dan diskusi dengan UMKM Semabu. Pada kegiatan wawancara, tim pengabdian mendapatkan informasi bahwa salah satu tantangan yang dihadapi pemilik UMKM dalam meningkatkan penjualan adalah belum memanfaatkan saluran pemasaran secara maksimal. Selama ini pemilik UMKM hanya mengandalkan media promosi melalui Facebook, Instagram dan satus WhatsApp.

Langkah kedua yang dilakukan adalah melakukan perancangan website yang diawali dengan dengan penentuan target pengunjung. UMKM Semabu memiliki produk makanan seperti mie ayam, sncak, seblak, brownis, namisan kulit jeruk dan minuman seperti olahan susu kambing dan yougurt. kelompok UMKM menargetkan pengunjung berasal dari level ekonomi menengah. Apabila mengacu pada perspektif gender, target konsumen pria dan wanita yang memiliki standar aman membeli produk yang tersertifikasi halal sehingga dapat memberi rasa aman untuk dapat di konsumsi yang masyarakatnya mayoritas muslim.

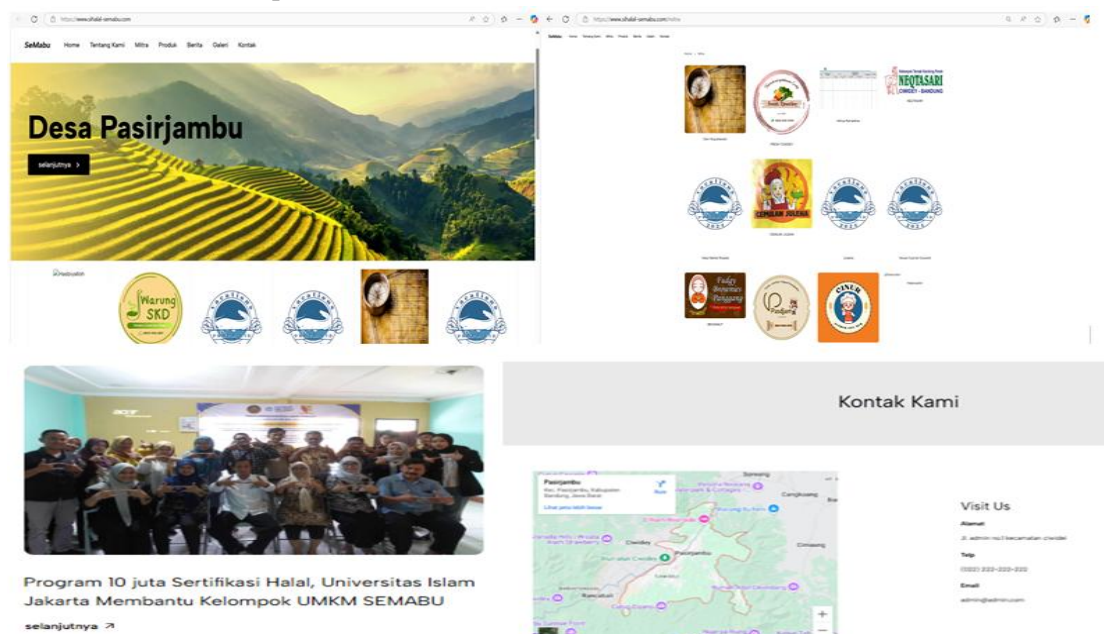
Tahapan ketiga ialah Pelatihan Literasi Digital dan Pemasaran Berbasis Website Setelah website dibuat, para pelaku UMKM SEMABU diberikan pelatihan agar bisa mengelola website sendiri. Materi yang diberikan antara lain: a. Cara mengunggah foto produk, memperbarui informasi, dan menjawab pertanyaan pelanggan di website. b. Cara mempromosikan usaha lewat internet, seperti agar website mudah ditemukan di Google (SEO), serta memanfaatkan media sosial untuk menarik lebih banyak pengunjung. c. Cara membuat tampilan produk menarik dan

membangun citra usaha yang baik di internet. Pelatihan dilakukan secara langsung dan praktik, sehingga peserta lebih mudah memahami dan langsung bisa mencoba.

Tahapan keempat ialah Pendampingan dan Evaluasi Berkala Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan selama 2 bulan. Tujuannya agar pelaku UMKM tidak bingung saat mulai mengelola website sendiri. Tim pendamping membantu saat peserta mengalami kendala, memberi saran, dan mengecek apakah website digunakan dengan baik. Selama pendampingan, terlihat bahwa sebagian besar peserta mulai terbiasa menggunakan website untuk usaha mereka. Jumlah pengunjung website juga mulai meningkat, dan peserta mengaku merasa lebih percaya diri menggunakan teknologi.

Tahapan kelima Model Implementasi yang Dapat Direplikasi Sebagai bentuk keberlanjutan, kegiatan ini juga menghasilkan panduan digitalisasi UMKM berbasis website. Panduan ini disusun berdasarkan proses pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan, sehingga bisa menjadi contoh bagi UMKM lain yang ingin memulai penggunaan teknologi digital.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, pemilik UMKM merasa perlu untuk membuat website yang mobile friendly agar memberikan rasa nyaman kepada pengunjung. Pemilik dan tim pengabdian mempersiapkan konten-konten informatif agar memberikan manfaat kepada pengunjung. Konten menjadi aspek utama dalam perancangan situs website (Putri et al., 2021). Langkah selanjutnya adalah tim pengabdian mendesain tampilan website yang menarik. Tim pengabdian mendesain agar komposisi gambar dan pemilihan warna memenuhi unsur estetika. Selain itu, tim merancang agar website bersifat komunikatif, yaitu memiliki ukuran font yang tepat, serta mengatur tombol navigasi yang mudah dan cepat diakses. Adapun alamat website UMKM Semabu adalah <https://sihalal-semabu.com/>.



Gambar 2. Web Semabu



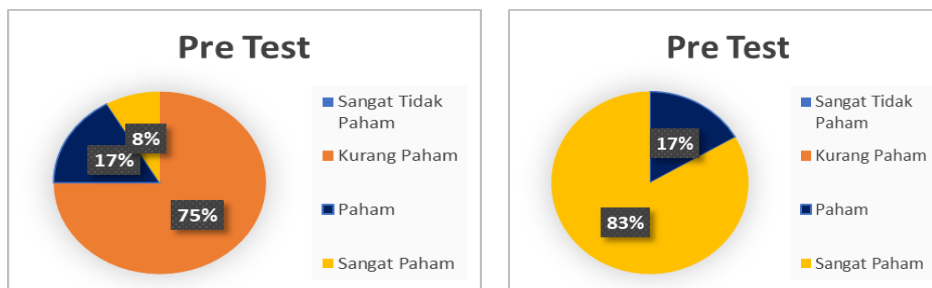
Gambar 3. Kegiatan sosialisasi Iptek

Dalam UMKM yang mengikuti pelatihan berjumlah 12 pelaku usaha dengan jumlah keseluruhan produk yang dimiliki para pelaku usaha dalam kelompok UMKM SEMABU adalah 40 produk.

Tabel 1. Daftar UMKM dan Produk

UMKM	Produk UMKM
Neqtasari	Susu Kambing Murni
Cai Urang	Air Mineral
Citruk Bu Nur Pasir Jambu	Kerupuk/ Cemilan Aci
Ciwidey Food	Sambel Terasi dan Pepes Ikan
Abadi Susu Murni dan Yoghurt	Susu sapi murni dan youhurt susu sapi aneka rasa
Cemilan Juleha	Makaroni, kentang mustofa, basreng curing
Handesland	Kopi
Manisan Abah Pasirjambu	Sunco dan Kula
Browmut Mbu Dila	Brownies
Bakso Mas Ukir	Bakso dan Mie Ayam
Fresh Tjiwidey	Frozen Strawberry
Mugni Sebring	Seblak Kering

Dengan tahapan dan web untuk UMKM SEMABU dapat menjadi inspirasi bagi kelompok usaha lainnya di wilayah Desa Pasir Jambu dan sekitarnya untuk memanfaatkan website sebagai sarana scale-up usaha agar lebih maju dan berkembang di era digital.



Gambar 4. Pelatihan Website UMKM Semabu

Dari gambar di atas terlihat pemahaman pemilik UMKM terhadap penggunaan website untuk penjualan produknya sebelum dan sesudah dilaksanakan pelatihan. Sebelum dilaksanakan pelatihan terdapat 9 peserta 75% kurang paham, 2 peserta 17% paham dan 8% peserta sangat paham. Setelah dilaksanakan pelatihan, adanya peningkatan pemahaman dan mampu menggunakan website dari kurang paham meningkat menjadi sangat paham sebesar 83% dan paham sebesar 17%. Ini membuktikan efektivitas pelatihan dalam membantu UMKM mengadopsi teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Pernyataan dan indikator sebagai pengukuran peningkatan penggunaan website peserta pelatihan di tuangkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. Pernyataan Pengukuran Pemahaman Peserta Pelatihan

Indikator	Pernyataan Kuesioner	Penilaian			
		Sangat Tidak Paham	Kurang Paham	Paham	Sangat Paham
Pemahaman Tahapan Pengembangan Web	Saya memahami tahapan pembuatan dan penggunaan website untuk UMKM. Saya dapat mengikuti tahapan pembuatan website dengan baik selama pelatihan.				
Manfaat Website untuk Usaha	Website membantu memperluas jangkauan pemasaran usaha saya. Website memberikan manfaat nyata dalam komunikasi dengan pelanggan.				
Inspirasi untuk UMKM Lain	Website UMKM SEMABU dapat menjadi contoh/inspirasi bagi UMKM lain di wilayah saya. Saya akan merekomendasikan kepada pelaku UMKM lain di desa saya untuk menggunakan website.				
Niat Pengembangan Berkelanjutan	Saya berencana untuk terus mengembangkan website usaha saya secara berkelanjutan. Saya ingin mengikuti pelatihan lanjutan untuk memperdalam pemanfaatan digital marketing berbasis website.				

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil menunjukkan bahwa pemanfaatan IPTEK, khususnya dalam bentuk website, dapat menjadi strategi efektif untuk mendukung proses scale up kelompok UMKM Semabu di Desa Pasir Jambu. Website yang dikembangkan mampu menjadi platform promosi produk, saluran komunikasi dengan pelanggan, serta alat dokumentasi digital yang memperkuat profesionalisme dan kredibilitas usaha. Penerapan website ini juga meningkatkan literasi digital pelaku UMKM dan memperluas akses pasar mereka ke ranah daring. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM menjadi lebih siap menghadapi tantangan transformasi digital dan memperkuat daya saingnya di era ekonomi berbasis teknologi.

KETERBATASAN DAN SARAN

Namun demikian, kegiatan pelatihan ini masih menghadapi beberapa keterbatasan, antara lain terbatasnya infrastruktur internet di beberapa bagian wilayah Desa Pasir Jambu, masih rendah tingkat keterampilan digital awal sebagian peserta, serta keterbatasan waktu pendampingan yang membuat proses adaptasi belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, untuk PkM di masa mendatang disarankan agar dilakukan pendampingan berkelanjutan secara berkala pasca kegiatan utama, serta menjalin kerja sama dengan pemerintah desa dan komunitas digital lokal untuk mengatasi kendala teknis. Selain itu, perlu adanya pengembangan model integrasi antara website UMKM dengan platform e-commerce dan media sosial agar digitalisasi usaha dapat berjalan secara sinergis dan memberikan dampak ekonomi yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui Program Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Tahap Kedua Tahun Anggaran 2024 dalam Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) dengan Ruang Lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM). Selain itu Tim PKM juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Islam Jakarta (LPM-UID), Kelompok UMKM Sejahtera Mandiri Pasirjambu (SEMABU), Pemerintah Desa Pasirjambu, Kabupaten Bandung, dan kerjasama dalam mensukseskan program pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akpan, I., Udoh, P., & Adebisi, B. (2020). Small Business Awareness and Adoption of State-Of-The-Art Technologies in Emerging and Developing Markets, and Lessons from the COVID-19 Pandemic. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34, 18. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1820185>
- Amallynda, I., & Dewi, S. K. (2022). Perancangan dan Implementasi Strategi Pemasaran sebagai upaya dalam Memperluas Pangsa Pasar dan Meningkatkan Volume Penjualan Produk Olahan Ikan Dapur L 'Rose. *Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 32–43.
- Andhika, M. M., Ariani, M., & Budiarto, B. (2025). Tantangan Perkembangan Teknologi melalui Metode Pembayaran Qris Bagi UMKM dan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 1522–1539. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5233>
- Arjang, A., Ausat, A. M. A., & Prasetya, Y. B. (2025). Optimalisasi Sistem Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Analisis Sinergi Inovasi Digital dan Fenomena FOMO dalam Dinamika Pasar. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 68–76. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14629>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Asharie, A., & Alie, M. (2023). Sosialisasi Digital Marketing Guna Meningkatkan Persaingan Produk Industri Kreatif UMKM di Pasar Global. *Jurnal Solma*, 12(2), 614–624. <https://doi.org/10.2236/solma.v12i2.11451>
- Chakti, G. (2019). *THE Book of Digital Marketing - Google Books* (1st ed., Vol. 1). Celebes Media Perkasa. Diakses pada:

https://www.google.co.id/books/edition/THE_BOOK_OF_DIGITAL_MARKETING/OQzBDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

- Civelek, M., Červinka, M., Gajdka, K., & Nėtek, V. (2021). Marketing communication tools and their influence on marketing innovation: Evidence from Slovakian SMEs. *Management and Marketing*, 16(3), 210–227. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2021-0013>
- Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(2), 41–47. <https://doi.org/10.34306/abdi.v5i2.1172>
- Indarto, I., Lestari, R. I., & Budiati, Y. (2023). Peningkatan Kemampuan Pemasaran Sosial Media pada UMKM Kelurahan Sendangmulyo Semarang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(2), 360–366. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i2.360>
- Maulana, A. H., Dinor, M. M., Prihandini, Y. A., & Humairah, N. (2024). Penerapan IPTEK dalam Upaya Scale Up Penjualan UMKM Brownies melalui Diversifikasi Produk Bunga Telang (*Clitoria ternatea* L.). *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 1946–1950. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i3.9076>
- Ngurah, G., Nata, M., Yudiastra, P. P., Santosa, I. M. A., & Gusti, I. (2024). Penerapan Iptek pada Kerajinan Peralatan Upakara Berbahan Besi di Desa Pejeng Kawan. 7(1), 56–60. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v7i1.425>
- Putri, R., Hikmawati, N., & Sylvia, D. (2021). Penerapan IPTEK Kelompok PKK Desa Dangdeur Melalui Pengembangan Produk Sabun Padat Berbasis Minyak Atsiri Serai Merah Sebagai Upaya Peningkatan Kesehatan di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal SOLMA*, 10(3), 541–547. <https://doi.org/10.22236/solma.v10i3.7789>
- Ratnaningsih, K. I., & Suaryana, I. K. N. A. (2014). Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi Manajemen, Dan Pengetahuan Manajer Akuntansi Pada Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 6(1), 1–16.
- Salendar, A. V., & Raharjo, S. T. (2022). Hubungan Antara Transisi Pemasaran dari Pemasaran Tradisional ke Pemasaran Digital dengan Volume Penjualan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Tangerang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 19(2), 72–79. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v19i2.56373>
- Sekarini, R. A., Perdana, N. A., Rini, I. P., Siregar, A. M., Dirgantara, M. A., Farhani, H., & Yunas, M. F. (2025). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 878–883. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i1.40113>
- Sitorus, O. F., Ningsih, R. A., Andini, A., Rahmawati, N. A., & Alfarisi, M. Y. (2025). Mengatasi Tantangan Transformasi Digital Umkm: Tantangan Dan Solusi Melalui Kegiatan Pendampingan di Jakarta dan Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(6), 939–948. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.2768>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. 1.
- Wilhelmina, N., & Mistriani, N. (2025). Transformasi Digital Pariwisata: Efektivitas Media Sosial Strategi Promosi Menarik Generasi Milenial Ke Grand Maerakaca Semarang. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 19(1), 46. <https://doi.org/10.47256/kji.v19i1.718>