

## IMPLEMENTASI KEMAJUAN TEKNOLOGI UNTUK KEWIRAUSAHAAN DAN EKONOMI KREATIF DI KELURAHAN SIDOTOPO

Yusuf Al Alim<sup>1</sup>, Bayu Hilmi Rachmaddian<sup>2</sup>, Zevina Tantya Rochmadi<sup>3</sup>, Talenta Aulia Moekti<sup>4</sup>, Moh. Syarif Ibadi<sup>5</sup>, Salsabil Al Mufidah<sup>6</sup>, Rohmatu Shofia<sup>7</sup>, Thoriq Naufal Haq<sup>8</sup>, Iftinanda Wresti Rosyadi<sup>9</sup>, Anisah Nurul Azizah<sup>10</sup>, Dwi Puspa Arum<sup>11</sup>

<sup>1,3,4)</sup>Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,

<sup>2, 9,10)</sup> Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,

<sup>5,7)</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,

<sup>6)</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,

<sup>8,11)</sup>Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
*e-mail: kkn50sidotopo@gmail.com*

### Abstrak

Kemajuan teknologi akan memudahkan pelaku UMKM untuk menjangkau pelanggan, dengan kemudahan tersebut pelaku UMKM khususnya warga kelurahan Sidotopo, Surabaya dapat lebih mudah memanfaatkan teknologi digital, sehingga dapat menjangkau pelanggan yang lebih banyak serta memperluas pasar. Dalam penelitian ini, berisi tentang pengabdian berupa pendampingan UMKM di kelurahan Sidotopo. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan langsung berupa survei dan wawancara. Masalah yang dihadapi oleh warga kelurahan Sidotopo berupa kurangnya pengetahuan tentang teknologi, terbatasnya modal usaha, rasa takut apabila produk dipasarkan secara online. Penelitian ini bertujuan untuk mendorong kreativitas, inovasi dan produktivitas pelaku UMKM kelurahan Sidotopo, dalam penelitian ini memberikan motivasi dan pendampingan kepada para pelaku UMKM di kelurahan Sidotopo dengan berbagai sosialisasi seperti sosialisasi manajemen keuangan, sosialisasi dan pembuatan nomor induk berusaha, dan sosialisasi *digital marketing*, serta praktik pemasaran secara langsung di media sosial seperti Instagram dan *marketplace* yaitu *Shopeefood*. Dengan berbagai pelatihan dan praktik yang diberikan langsung kepada pelaku UMKM kelurahan Sidotopo diharapkan dapat memberikan timbal balik yang positif bagi pelaku UMKM di Sidotopo.

**Kata kunci :** UMKM ,Pengabdian Masyarakat , Ekonomi Kreatif ,Kewirausahaan

### Abstract

Technological advances will make it easier for MSME to access out-of-reach customers, with this convenience, MSME, especially residents of Sidotopo, Surabaya, take advantage of digital technology e-commerce a lot, so they can reach more customers and expand the market. In this research, doing service in the form of mentoring MSME in the Sidotopo. This research uses a direct approach method by handling directly in the form of surveys and interviews. The problems faced by residents of the Sidotopo are lack of knowledge about technology, limited business capital, fear when products are marketed online. This research aims to encourage creativity, innovation and productivity in research by providing motivation and assistance to MSME's in Sidotopo with various socializations such as financial management socialization, socialization and creation of business registration numbers, and digital marketing socialization, and direct marketing practices on social media such as Instagram and the marketplace, namely *Shopeefood*. With various trainings and practices that are given directly to MSMEs in the Sidotopo, it is hoped that they can provide positive feedback for MSME actors in Sidotopo.

**Keywords :** MSME, Community Dedication, Creative Economy, Entrepreneurship

### PENDAHULUAN

Digitalisasi bagi pelaku UMKM menjadi persoalan yang cukup penting dewasa ini. Pasalnya, UMKM harus dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang begitu cepat. Fleksibilitas UMKM yang terbatas di masa pandemi ini semakin menyulitkan untuk berkembang.

Untuk itu, perlu disegerakan digitalisasi bagi UMKM tersebut. Dengan transformasi digital ini diharapkan dapat membantu UMKM untuk dapat lebih survive serta berkembang (Mencermati Dampak Digitalisasi Bagi UMKM, 2021).

Berdasarkan catatan Kementerian KUKM pada tahun 2019 atau sebelum krisis jumlah UMKM mencapai 64,7 juta. Tapi angka tersebut menurun drastis menjadi 34 juta unit saja pada tahun 2020. Sebagian besar UMKM tersebut gulung tikar karena tidak memiliki ketahanan finansial, akses ke teknologi, pengetahuan teknologi, dan kemampuan untuk melakukan perubahan operasional untuk mensiasati realitas baru (krisis pandemi)(Tiviti). Riset Katadata Insight Center (KIC) dan Amarta mencatat, adopsi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia terkait layanan keuangan dan digital cukup tinggi. Namun, mereka kurang memanfaatkan aplikasi fintech hingga media sosial untuk meraup keuntungan(Setyowati).

Kajian kami lakukan pada awal adalah melakukan survey dan didapati bahwa masyarakat daerah Sidotopo rata – rata adalah pelaku UMKM yang mayoritas ibu – ibu rumah tangga. Mereka menjalankan usahanya sudah sangat lama dan di Sidotopo sendiri memiliki koordinator UMKM yang mengorganisir dan mengarahkan setiap ada program kerja baik dari kelurahan maupun dari luar. Kendala yang didapati selama kami melakukan survey, mulai dari dana yang kurang, pendidikan yang rendah dan rasa takut jika usaha mereka berkembang lalu tidak bisa mengontrolnya.

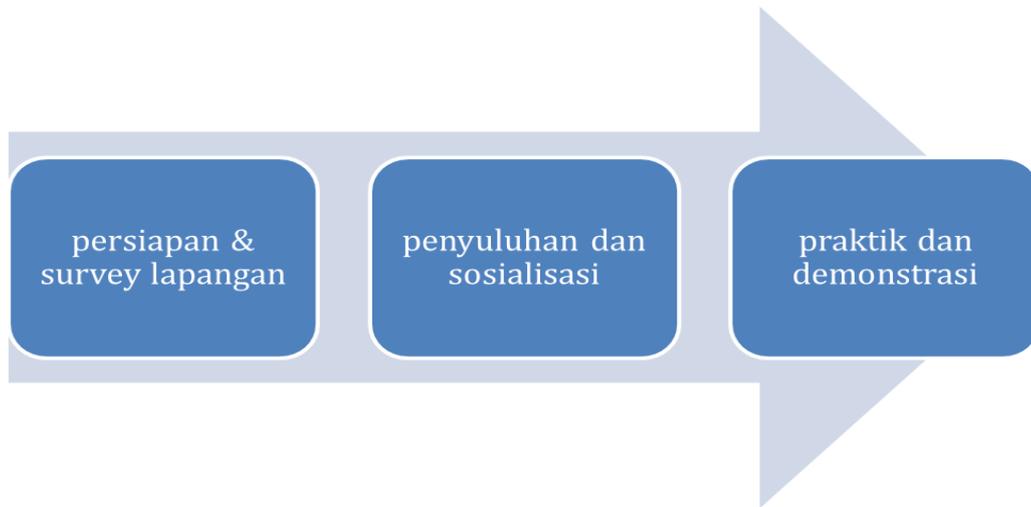
Melalui program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang kami ikuti sesuai dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pelatihan kewirausahaan yang kami berikan pada beberapa UMKM daerah Kelurahan Sidotopo ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas UMKM daerah tersebut serta membantu mengembangkan dalam bidang teknologi di era pandemi sekarang. Salah satu program yang kami lakukan adalah sosialisasi yang kami berikan pada UMKM daerah sidotopo dengan tujuan untuk bisa membantu dan memberikan pengetahuan bagaimana cara mengelola pengeluaran dan pemasukan serta pencatatan keuangan menggunakan digital seperti contoh perhitungan RAB menggunakan Microsoft excel. Kami juga memiliki tujuan untuk membantu mengembangkan UMKM daerah sidotopo untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi terutama seperti pemesanan melalui ojek online seperti shoppefood.

Pendapatan juga meningkat setelah dilakukan pemasaran digital karena konsumen yang akan membeli produk/jasanya tidak lagi merupakan langganan namun juga ada konsumen baru dari pemasaran yang dilakukan. (Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi dan Pendapatan UMKM JHN Shop Batam, 2022). Pengabdian yang kami lakukan juga tidak terlepas dari mencari beberapa referensi dari jurnal pengabdian lain sehingga kami itu bisa menjadi acuan kami dalam melaksanakan PKM ini dengan sangat teliti dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Tujuan yang ingin dicapai melalui program kerja yang kami laksanakan adalah untuk dapat membantu UMKM, khususnya yang berada di daerah Sidotopo RW 12. Tujuan utama kami adalah untuk dapat mengembangkan potensi – potensi para pelaku UMKM dan juga membantu dengan melariskan serta untuk dapat mempermudah memiliki izin usaha bagi para pelaku UMKM yang belum memiliki NIB. Kami juga memiliki tujuan untuk mengetahui terkait bagaimana pandangan para pelaku UMKM didaerah Sidotopo terkait penjualan melalui aplikasi dan juga media social. Harapan kami kedepannya UMKM di Sidotopo ini menjadi semakin berkembang dan dapat mengikuti daya saing pada era modernisasi ini.

## **METODE**

Metode yang digunakan oleh KKNT 50 UPN Veteran ini menggunakan metode pelatihan yang memebrikan peran dalam kegiatan pengimplementasian digital marketing di UMKM Sidotopo. Sasaran dalam kegiatan yang dilakukan yaitu pelaku UMKM Sidotopo, yang diadakan di Balai RW 12 Sidotopo.



Gambar 1 : Tahapan pelaksanaan program pengabdian

a) Persiapan

KKNT 50 UPN Veteran Jawa Timur melakukan survey lapangan dengan melakukan perizinan kepada aparat kelurahan, RW 12 Sidotopo dan kader RW 12 Sidotopo. Selanjutnya pengenalan kepada masyarakat sidotopo dengan menyampaikan tujuan dan program kerja kepada RW 12 Sidotopo serta kader RW 12 Sidotopo. Setelah itu survey dilakukan dengan metode wawancara secara door to door ke rumah pelaku UMKM dengan maksud mendata permasalahan yang terjadi dalam membangun UMKM hingga saat ini. Hal tersebut dilakukan untuk menemukan sebuah solusi yang mencakup semua solusi dari permasalahan seluruh UMKM yang telah di survey.

b) Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan UMKM Sidotopo ini adalah solusi yang diberikan oleh KKNT 50 UPN Veteran Jawa Timur untuk pelaku UMKM Sidotopo. Solusi ini dilakukan dengan melakukan penyuluhan melalui kegiatan sosialisasi yang di adakan oleh KKNT 50 UPN Veteran Jawa Timur, diantaranya yaitu:

- Sosialisasi Laporan Keuangan  
Sosialisasi ini merupakan salah satu edukasi yang diberikan kepada pelaku UMKM RW 12 Sidotopo yang dapat memberikan modal Pelaku UMKM dalam mengelola laporan keuangan usaha yang di jalan
- Sosialisasi NIB (Nomor Induk Berusaha)  
Sosialisasi ini merupakan bentuk praktik dalam pemberian edukasi dengan memberikan arahan kepada pelaku usaha yang belum memiliki NIB.
- Sosialisasi Digital Marketing  
Sosialisasi ini merupakan edukasi yang diberikan untuk memngajak pelaku umkm RW 12 Sidotopo dalam mempertahankan eksistensi usahanya seiring dengan kemajuan era digital saat ini.

c) Demonstrasi

Demonstrasi hasil dari penyuluhan yang diberikan yaitu praktik pembuatan akun online (marketplace) seperti *Shopeefood*. Dan juga melakukan pembuatan feeds pada media sosial yang menarik dengan foto produk dan editing.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan UMKM di Kelurahan Sidotopo Kecamatan Semampir Kota Surabaya Oleh tim KKN-T 50 di Kelurahan Sidotopo Kecamatan Semampir Kota Surabaya berjalan dengan lancar. Program pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari tim yang memiliki kualifikasi anggota dari tim yang multidisipliner sehingga dapat mempermudah pembagian tugas tim sesuai kebutuhan di lapangan. Kegiatan pendampingan pada UMKM dilakukan selama tiga bulan tepatnya pada pada 21 Maret hingga 28 Juni 2022 dengan beberapa program kegiatan dengan tema kemajuan teknologi yaitu salah satunya adalah pendaftaran di *online shop (shopee food)* dan sosialisasi *digital marketing*.

Mayoritas UMKM di Kelurahan Sidotopo yang merupakan ibu rumah tangga yang menjual hasil produksinya hanya berdasarkan mulut ke mulut dan tetangga sekitar saja sehingga pemasaran yang dilakukan kurang mencakup wilayah yang luas. Dengan kemajuan teknologi yang pesat diharapkan UMKM di Kelurahan Sidotopo dapat memanfaatkan situasi ini.

Kegiatan ini dilakukan dengan cara informal dan formal, secara informal dilakukan dengan survei langsung kepada pelaku UMKM dan formal dengan cara sosialisasi dan kegiatan seminar yang berada di Balai RW 12 Kelurahan Sidotopo. Di lingkungan Kelurahan Sidotopo mayoritas UMKM nya adalah produksi makanan dan minuman. Meskipun sudah dibentuk kelompok UMKM yang digunakan sebagai wadah untuk menyalurkan informasi serta keluhan untuk mengembangkan masing-masing UMKM dari warga, namun nyatanya masih banyak yang belum bergabung atau bahkan tidak mengetahui. Kurangnya minat para UMKM untuk mengembangkan usahanya dan hanya bergantung hasil penjualan dari warga sekitar dan mulut ke mulut sedangkan produk olahan yang mereka miliki berpotensi untuk bersaing dengan produk UMKM terkenal lainnya.

Tim KKN-T 50 menangkap beberapa masalah saat melakukan observasi dengan mendatangi kepala desa, ketua RW 12, ketua UMKM dan Ketua PKK serta para pelaku UMKM. Beberapa masalah yang menjadi fokus pengabdian mahasiswa KKN adalah :

1. Dana

Dana menjadi masalah utama para pelaku UMKM, mayoritas dari semua pelaku UMKM di RW 12 Kelurahan Sidotopo menyatakan bahwa mereka memulai usaha dengan keterbatasan dana. Naiknya bahan baku dan pandemi memperparah kegiatan produksi mereka bahkan beberapa masih vakum hingga batas waktu yang belum diketahui.

2. Tingkat Pendidikan Rendah

Mayoritas pelaku UMKM di RW 12 Kelurahan Sidotopo adalah orang tua dan lanjut usia, mereka masih awam dengan perkembangan teknologi tentang bagaimana memasarkan produknya dan inovasi apa yang dapat menarik pelanggan.

3. Rasa Takut

Karena mayoritas pelaku UMKM adalah orang tua dan lanjut usia mereka menjadi takut ketika produk mereka sudah dipasarkan melalui *online* sedangkan mereka tidak mampu untuk memenuhi banyaknya permintaan dari pelanggan. Selain itu juga merasa lebih ribet apabila produk dipasarkan melalui media maya.

Pendaftaran untuk *online shop (shopeefood)* dilakukan secara informal yaitu mendatangi masing-masing UMKM, dengan menjelaskan berbagai keuntungan yang didapatkan apabila menjual produk hasil olahannya melalui media maya. Kegiatan ini berlangsung mulai dari 5 – 27 April 2022, mulai dari persiapan data hingga proses penjualan. Terdapat dua pelaku UMKM dari RW 12 yang sudah terbantu dan bersedia untuk memasarkan produknya secara digital melalui *shopeefood*, yaitu Mie Ayam Mama Arya dan Nasi Goreng Pojok Cak Jafar. Namun masih dalam tahap proses



Gambar 2 : Pendaftaran *Shopee Food*

Mie Ayam Mama Arya, memasarkan produknya hanya di teras rumahnya dengan konsumen yang berasal dari sekitar rumahnya saja. Sama sekali belum ada pemasaran melalui digital, sehingga sangat terbatas sekali penjualannya pada warga setempat. Karena ini Bu Yani selaku pemilik usaha Mie Ayam Mama Arya bersedia untuk mendaftarkannya di *Shopeefood*. Selain mendaftarkan di *Shopeefood*, kami juga membantu untuk membuatkan logo usaha Mie Ayam Mama Arya.



Gambar 3 : Logo Mie Ayam Mama Arya

Nasi Goreng Pojok Cak Jafar juga memiliki tempat usaha yang sama yaitu di teras rumahnya, namun memiliki lebih banyak konsumen karena tidak hanya sebatas di warga sekitar saja. Hal ini karena, Pak Jafar sendiri selaku pemilik usaha ini sudah memasarkannya melalui *Go-Food* dan ingin lebih mengembangkannya lagi dengan *Shopeefood*. Nasi Goreng Pojok Cak Jafar sudah memiliki logo namun kurang informatif sehingga kami juga membantu Pak Jafar untuk merevisi logonya.



Gambar 4 : Logo sebelum direvisi



Gambar 5 : Logo setelah direvisi

Sedangkan untuk kegiatan sosialisasi *Digital Marketing* dilakukan secara formal yaitu dengan mengadakan seminar untuk para pelaku UMKM di balai RW 12 Kelurahan Sidotopo. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan dapat menambah wawasan serta melengkapi informasi dari berbagai keluhan dan permasalahan yang di dapat dan sama-sama dirumuskan solusi bersama-sama dengan narasumber. Sosialisasi ini dihadiri oleh sebagian besar pelaku UMKM dari RW 12, Ketua UMKM serta Ketua RW 12. Sosialisasi ini dilaksanakan pada hari Jumat, 10 Juni 2022 pukul 13.00 – 15.00 WIB. Pada kegiatan ini dijelaskan tentang apa itu *digital marketing* serta bagaimana cara mengimplementasikannya pada kegiatan berusaha. Adapun materi yang disampaikan adalah sebagai berikut :

- a. Penjelasan tentang apa itu digitalisasi pada UMKM
- b. Mengapa UMKM perlu untuk digitalisasi
- c. Tips dan trik untuk berjualan *online*
- d. Cara menentukan media penjualan
- e. Cara daftar *google business* dan *google maps*
- f. Cara daftar di platform (*Grabfood, Gofood, Shopeefood*)
- g. Strategi efektif berjualan di Instagram dan WhatsApp Business

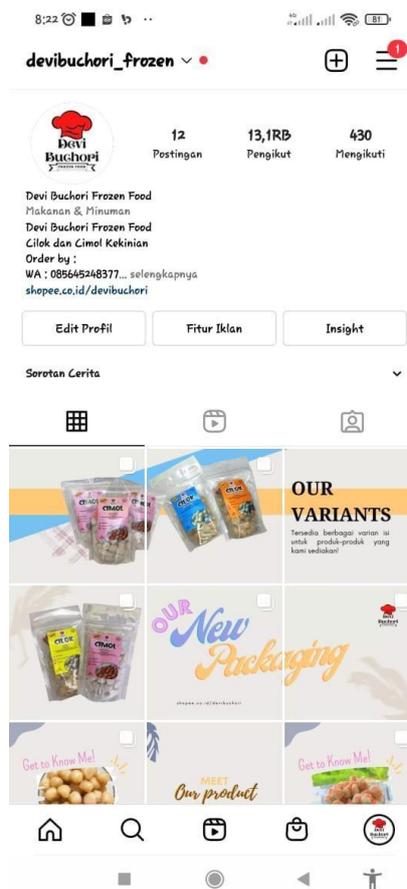


Gambar 6 : Sosialisasi *digital marketing*

Tidak hanya materi saja yang kami sampaikan namun juga praktik, salah satu yang kami bantu untuk praktik pemasaran secara digital adalah dari usaha Devi Buchori *Frozen Food*. Devi Buchori memiliki usaha *frozen food* yang menjual berbagai olahan makanan yang dibekukan seperti Sosis Solo, Risol Mayo, Risol Ayam Pedas, Risol Pisang Keju, Risol Pisang Durian, Risol Pisang Coklat, Pisang Coklat namun produk unggulan dari Devi Buchori *Frozen Food* adalah

cimol dan cilok. Untuk cimol memiliki dua varian rasa yaitu Cimol Original dan Cimol Keju sedangkan untuk Cilok memiliki tujuh varian rasa yaitu Cilok Original, Cilok Keju, Cilok Mozzarella, Cilok Ayam, Cilok Ayam Pedas dan Cilok Tetelan.

Pertama yang kami lakukan adalah membuat akun media sosial yaitu Instagram, mengapa Instagram yang kami pilih, karena menyesuaikan dengan target pasar kami yaitu remaja usia 15-25 tahun yang mayoritas menggunakan media sosial Instagram. Mengutip dari dataindonesia.id jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang pada Januari 2022. Adapun WhatsApp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 88,7% sedangkan paling banyak kedua adalah Instagram dengan persentase sebesar 84,8%. Sehingga platform ini cukup efektif untuk menarik perhatian calon konsumen. Sistem algoritma yang disediakan oleh Instagram juga membantu kami untuk menyampaikan iklan produk kami pada pengguna dengan minat yang sesuai. Contohnya pada pengguna yang memiliki minat pada bidang kuliner maka produk yang kami iklankan juga kemungkinan dapat muncul di beranda mereka.



Gambar 7 : Instagram Devi Buchori *Frozen Food*

Untuk menarik perhatian pembeli tentunya foto produk harus menarik, kami juga membantu untuk melakukan foto produk yang menarik namun tetap dapat dilakukan melalui *handphone* saja. Kami memberikan beberapa tips dan trik tentang bagaimana agar foto produk yang kita iklankan terlihat rapi dan menarik. Karena kita memasarkan melalui media sosial maka hal ini sangat penting.



Gambar 8 : Proses foto produk



Gambar 9 : Hasil Foto Produk

Kemasan dan desain kemasan produk juga menjadi perhatian bagi kami, kemasan produk juga dapat menjadi iklan berjalan. Dengan kemasan produk yang menarik perhatian pembeli dan informatif dapat membuat calon pembeli mengetahui tentang produk Devi Buchori *Frozen Food*. Kemasan produk ini juga menjadi karakteristik produk. Pada produk cimol dan cilok kami berikan kemasan plastik pouch, kemasan plastik pouch ini dapat menambah daya tarik pembeli karena pada kemasan ini stiker kemasan produk lebih terlihat. Pada kemasan produk ini kami juga tambahkan stiker kemasan produk yang informatif, mulai dari nama usaha, merek, juga nama media sosial dan *online shop* dari Devi Buchori *Frozen Food*.



Gambar 10 : Foto produk sebelum



Gambar 11 : Foto produk sesudah

Sesuai dengan hasil pengabdian kepada masyarakat sebelumnya bahwa Hal yang yang harus diingat disini adalah jangan hanya memberikan pelatihan saja, tetapi penting juga untuk menerapkannya secara langsung. Sehingga keterampilan tersebut langsung memberikan dampak positif terhadap kinerja dan produktivitas. (Puji Astuti et al., 2022). Dengan pelatihan manajemen keuangan, *digital marketing* serta praktik langsung di media sosial pelaku UMKM di kelurahan Sidotopo sedikit demi sedikit sudah mulai terbuka tentang perkembangan teknologi yang memang tidak dapat dipungkiri harus tetap diikuti untuk tetap dapat bersaing.

Pengabdian yang dilakukan oleh Kelompok KKN-T 50 tidak selalu berjalan lancar, ada beberapa kendala yang dihadapi, seperti :

1. Pandemi Covid-19 yang masih berlangsung mengakibatkan kegiatan sosialisasi dibatasi pesertanya, dan hanya diambil perwakilan 3 orang saja dari masing-masing RW.
2. Tidak tahunya masyarakat tentang pengabdian Kuliah Kerja Nyata yang dianggap sebagai memberikan bantuan berupa modal dan dana.
3. Beberapa UMKM tidak bersedia untuk dibantu dan cenderung lebih suka pada zona nyaman. Tidak ingin maju dan berkembang.

## SIMPULAN

Kelompok 50 KKN-T UPN “Veteran” Jawa Timur menemukan bahwa UMKM yang ada di Kelurahan Sidotopo masih memerlukan pengembangan tentang bisnis terutama dalam bidang teknologi. Adapun beberapa kegiatan yang telah dilakukan Kelompok 50 KKN-T untuk mengembangkan potensi UMKM di Kelurahan Sidotopo seperti pelaksanaan sosialisasi tentang manajemen keuangan menggunakan aplikasi digital yang lebih efektif. Kegiatan pengembangan lainnya adalah sosialisasi digital marketing yang memberikan pemahaman lebih untuk memasarkan produk dari pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Sidotopo ke media digital. Tidak hanya itu Kelompok 50 KKN-T juga membimbing usaha Devi Frozen Food yang menyediakan berbagai macam makanan beku yang diproduksi sendiri seperti cimol dan cilok. Bentuk bimbingan yang dilakukan Kelompok 50 KKN-T adalah dengan mengaktifkan kembali akun sosial media yang sudah ada, dan untuk menambah daya tarik produk, Kelompok 50 KKN-T melakukan foto produk dan mendesain ulang kemasan produk. Dari bimbingan yang telah dilakukan Kelompok 50 KKN-T tersebut, diharapkan dapat memajukan UMKM yang ada di Kelurahan Sidotopo.

## SARAN

Perangkat desa serta kader UMKM yang ada di Sidotopo hendaknya memantau perkembangan UMKM terutama dalam bidang teknologi serta Selaku pelaksana program pengabdian, Kelompok 50 KKN-T kedepannya harus tetap memantau secara langsung maupun tidak langsung perkembangan UMKM yang ada serta memberikan informasi lebih yang dapat mengembangkan usaha UMKM di Kelurahan Sidotopo.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang sudah merealisasikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat diselenggarakan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hery dkk. (2022). Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi dan Pendapatan UMKM JHN Shop Batam, dari Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPMI), 2(2), 181 - 186. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.494>.
- M. Ivandi, M. (2022, Februari) dataindonesia.id : Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. Diunduh dari : <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Puji dkk. (2022). Menggunakan Microsoft Power Point Bagi Ibu -Ibu Majelis Taklim Hidayatullah Mutabin Tangerang, dari Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM), 1(3), 58-63
- Setyowati, D. (2022, April) Katadata.co.id : Riset KIC-Amartha: UMKM RI Kurang Maksimalkan Aplikasi untuk Raup Cuan. Diunduh dari: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6256b1aee6ab1/riset-kic-amartha-umkm-ri-kurang-maksimalkan-aplikasi-untuk-raup-cuan>
- Tiviti, F. (2022, Agustus) CNBC Indonesia : UMKM dan Upaya Membangun Ketahanan Demi Digitalisasi. Diunduh dari : <https://www.cnbcindonesia.com/opini/20210809130256-14267201/umkm-dan-upaya-membangun-ketahanan-demi-digitalisasi>
- Universitas Islam Indonesia. (2021, Juli). Mencermati Dampak Digitalisasi Bagi UMKM. Diunduh dari : <https://www.uii.ac.id/mencermati-dampak-digitalisasi-bagi-umkm/>