

## **PROGRAM PELATIHAN DIGITAL UNTUK UMKM: MENINGKATKAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN PENGUATAN EKOSISTEM DIGITAL**

**Misdawita<sup>1</sup>, Ando Fahda Aulia<sup>2</sup>, Tara Rahmadhani<sup>3</sup>, Siti Fatimah<sup>4</sup>, Reza Adetya<sup>5</sup>, Nata Pasaribu<sup>6</sup>, Mukser Pasaribu<sup>7</sup>, Andikha Permana<sup>8</sup>, Marcell Vanry<sup>9</sup>, Daniel Fransisco<sup>10</sup>, Dwina Pertiwi<sup>11</sup>, Wulana Val Gresia<sup>12</sup>**

<sup>1,2,6,7,8,9,10</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Jalan Kampus Bina Widya KM.12,5, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau

<sup>3,4</sup>Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Jalan Kampus Bina Widya KM.12,5, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau

<sup>5</sup>Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Riau, Jalan Kampus Bina Widya KM.12,5, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau

<sup>11,12</sup>Program Studi pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Riau, Jalan Kampus Bina Widya KM.12,5, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau

<sup>1</sup>e-mail [misdawita@lecturer.unri.ac.id](mailto:misdawita@lecturer.unri.ac.id)

### **Abstrak**

Digitalisasi menawarkan berbagai macam kemudahan dalam bertransaksi, namun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih tertutup terhadap hal tersebut. Salah satu alasannya adalah kurangnya pengetahuan pelaku usaha tentang digitalisasi. Sangat sedikit UMKM yang memiliki pengetahuan berbasis teknologi. Menyikapi isu tersebut, tim pengabdian Universitas Riau berinisiatif untuk mendorong digitalisasi UMKM di desa Aliantan Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi dan media sosial untuk promosi produk, membuat konten menarik, pembuatan katalog produk dalam bentuk QR code. Metode yang digunakan adalah melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terhadap pelaku usaha UMKM. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi untuk menaikkan level dari UMKM mereka dan hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong penguatan ekosistem digital dalam sektor ekonomi.

**Kata Kunci:** digitalisasi, pelatihan, UMKM, edukasi

### **Abstract**

*Digitalization offers various conveniences in transactions, but Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are still closed to it. One of the reasons is the lack of knowledge of business actors about digitalization. Very few MSMEs have technology-based knowledge. Responding to this issue, the Riau University community service team took the initiative to encourage the digitalization of MSMEs in Aliantan Village, Rokan Hulu Regency, Riau Province. The purpose of this activity is to increase the knowledge and skills of MSME actors in utilizing digitalization and social media for product promotion, creating interesting content, creating product catalogs in the form of QR codes. The method used is through socialization, training and mentoring for MSME business actors. The result of this activity is an increase in the knowledge and ability of MSME actors in utilizing digitalization to raise the level of their MSMEs and this is in line with the government's efforts to encourage the strengthening of the digital ecosystem in the economic sector.*

**Keywords:** digitalization, training, UMKM, education

## **PENDAHULUAN**

Kegagalan digitalisasi dapat membuat usaha mikro berada pada posisi yang tidak menguntungkan, karena banyak pelanggan sekarang mengharapkan bisnis memiliki kehadiran online dan menggunakan alat digital untuk beroperasi secara efisien (Srijani, 2020). Secara khusus, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung sebagian besar perekonomian dan secara signifikan berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi, menghadapi tantangan yang berbeda dalam proses digitalisasi (Mittal et al., 2018).

Di banyak UMKM digitalisasi belum menjadi topik yang diprioritaskan. Mereka masih harus menghadapi berbagai masalah akut lainnya yang memiliki urgensi lebih tinggi (Misdawita et al., 2023). Ini termasuk tantangan yang berkaitan dengan rantai pasokan, harga yang terus naik, atau kekurangan pekerja terampil. Karena kurangnya kapasitas, topik-topik ini sering kali ditangani terlebih dahulu - tetapi hal ini terjadi dengan mengorbankan digitalisasi. Situasi ekonomi yang secara umum tidak menentu terlihat jelas di hampir semua industri. Digitalisasi menawarkan berbagai macam peluang melalui kegunaan penawaran digital baru, namun UMKM masih skeptis terhadap penawaran digital. Khususnya dalam hal solusi perangkat lunak sebagai layanan, beberapa UMKM masih cukup tertutup dan tradisional. Salah satu alasan untuk hal ini adalah kurangnya pengetahuan pelaku usaha. Sangat sedikit UMKM yang memiliki pengetahuan berbasis teknologi (Suyadi et al., 2018).

Menyikapi isu tersebut, tim pengabdian Universitas Riau berinisiatif untuk mendorong digitalisasi UMKM di desa tujuan pengabdian, desa Aliantan. UMKM yang ada di desa Aliantan masih banyak yang belum menggunakan teknologi digital di bidang *marketing* dan pemasaran untuk memasarkan produknya sehingga lingkup usaha UMKM tersebut masih sempit. Salah satu UMKM yang belum menggunakan teknologi digital dalam pemasaran produknya adalah UMKM “Kripik Bang Riski”. Usaha ini sudah berdiri sekitar 15 tahun yang didirikan oleh Bapak Jonni Ardi dan saat ini sudah diteruskan kepada anaknya yang bernama Riski Ardi. Usaha ini sudah beberapa kali berpindah tempat hingga akhirnya menetap di

desa Aliantan. Menurutnya, desa Aliantan tempat strategis untuk bapak Jonni menetap lama karena disana merupakan jalur lintas.

Sejak covid 19 melanda seluruh negara yang ada di dunia, perekonomian merosot jatuh kebawah. Banyak sekali usaha-usaha UMKM yang ikut terkena dampak dari merosotnya perekonomian karena covid 19 tersebut, tak terkecuali usaha UMKM “Kripik Bang Riski”.. *Lockdown* yang terjadi dimana-mana membuat orang-orang memilih untuk berdiam diri dirumah, sehingga pelanggan-pelanggan tetap yang biasanya membeli produk bang Riski menjadi berkurang bahkan tidak ada sama sekali. Bangkit dari keterpurukan ekonomi karena covid 19, usaha UMKM bang Riski masih berdiri dengan cara yang sama, yang masih terbilang tradisional. Media promosi yang kurang luas, juga pemanfaatan teknologi yang kurang membuat UMKM milik bang Riski masih belum berkembang, bahkan setelah masa covid 19 berlalu.

Pada saat itu, UMKM dibelahan lain mungkin telah memanfaatkan kecanggihan teknologi, namun tidak dengan UMKM milik bang Riski. Berdasarkan hal tersebut tim pengabdian Universitas Riau (UNRI) melakukan kegiatan program pelatihan digital untuk membantu UMKM meningkatkan pendapatannya. Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM “Kripik Bang Riski” dapat menjadi tonggak bagi terwujudnya ekosistem digital diseluruh UMKM yang ada di Kabupaten Rokan Hulu khususnya di Desa Aliantan.

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal, tim pengabdian melakukan edukasi terkait pembayaran non tunai melalui scan barcode atau yang dikenal dengan Qris. Edukasi *digital marketing* juga dilakukan yang bertujuan untuk memperkuat kemampuan pemasaran dan legalitas usaha UMKM (Sidabalok et al., 2024). Melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan, tim pengabdian membantu UMKM dalam menggunakan media sosial untuk promosi produk, membuat konten menarik, dan berinteraksi dengan pelanggan secara efektif (Khairani & Pratiwi, 2018). Selain itu, juga membantu UMKM dalam pembuatan proposal bantuan usaha, pembaharuan logo, pembuatan katalog produk digital yang diarahkan melalui *QR Code* pada kemasan (Marpaung et al., 2022).

UMKM harus menjadi digital jika ingin berkembang dan tetap kompetitif di era digital. Penelitian terbaru menekankan pentingnya transformasi digital bagi UMKM, dengan perhatian khusus pada penggunaan *e-wallet*, penggunaan qris, *scan code qr* pemanfaatan *e-commerce*, dan teknik pemasaran digital (Rochadiani et al., 2024). Program-program ini digitalisasi dirancang untuk membantu UMKM mengembangkan basis pelanggan mereka, menjadi lebih efisien, dan memperkuat posisi mereka sebagai kompetitor di pasar online (Apriliansi et al., 2023). Studi mengungkapkan bahwa inisiatif literasi digital, seperti pengembangan situs web dan manajemen media sosial, dapat sangat meningkatkan kapasitas UMKM dalam pemasaran dan kelangsungan jangka panjang operasi mereka (Puspitasari et al., 2023). Selain itu, untuk meningkatkan administrasi perusahaan dan prospek ekspansi, teknik akuntansi digital dan peningkatan literasi keuangan sangat penting (Rachmawati, 2024). Studi yang menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang alat digital dan manajemen keuangan serta komentar yang baik dari para peserta UMKM menunjukkan keberhasilan upaya digitalisasi ini (Rochadiani et al., 2024; Rachmawati, 2024).

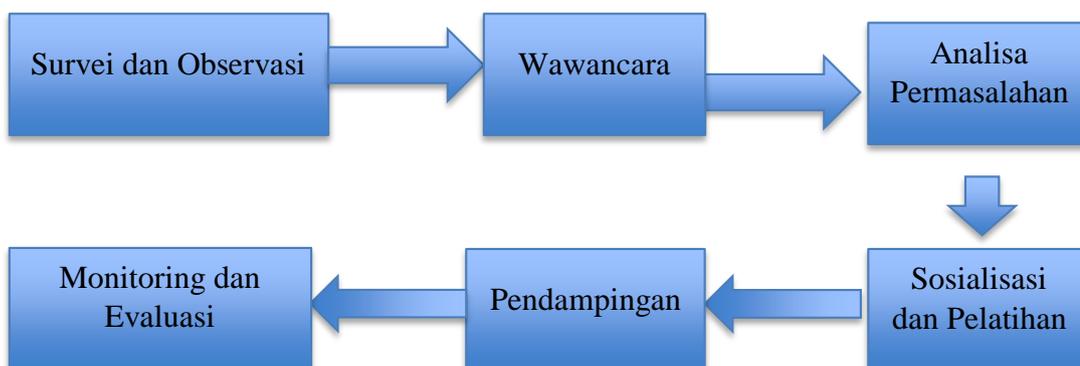
Beberapa studi menunjukan bahwa kurangnya pengetahuan (Masood & Sonntag, 2020), kurangnya keterampilan, dan kurangnya keahlian teknologi dan strategi, menjadi faktor penentu keberhasilan (Asmara & Rahayu, 2019). Dalam artikel ini, tim pengabdian berusaha memberikan pendampingan dan pelatihan kepada pelaku usaha terkait digitalisasi sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman terkait digitalisasi. Tim pengabdian bergerak lebih dari sekadar mengidentifikasi karakteristik khusus dari hambatan dan bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pendekatan pengembangan kompetensi di UMKM terkait dengan lambatnya transformasi digital yang diamati (Marantika et al., 2021).

Kegiatan pengabdian Universitas Riau ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi dan media sosial untuk promosi produk, membuat konten menarik, pembuatan katalog produk dalam bentuk *QR code*. *QR code* ini digunakan untuk untuk mempermudah pelanggan mengetahui produk yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong penguatan ekosistem digital

dalam sektor ekonomi. Manfaat dari pengabdian ini adalah pelaku usaha UMKM memiliki keterampilan dalam digitalisasi usaha sehingga adanya ekspansi pasar dan peningkatan daya saing dalam dunia usaha. Selain itu kegiatan ini juga bermanfaat dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di era digital

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan mengobservasi terlebih dahulu permasalahan yang terjadi di UMKM yang ada di Desa Aliantan terkhusus UMKM Kripik Bang Riski yang menjadi objek sasaran pada kegiatan pengabdian ini. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi, pelatihan dan pendampingan secara langsung di UMKM kripik Bang Riski Desa Aliantan Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha UMKM tersebut. Dalam kegiatan pengabdian ini, terdapat beberapa tahapan yang dilakukan yaitu sebagai berikut:



**Gambar 1 Tahapan kegiatan pengabdian**

Kegiatan ini dimulai dengan melakukan survei dan observasi lokasi. Survei dan observasi lokasi berguna untuk mengumpulkan informasi rinci tentang kondisi lokasi, dan potensi masalah yang ada di lokasi. Selanjutnya tim pengabdian melakukan wawancara kepada perangkat desa tentang UMKM yang butuh untuk didampingi serta wawancara kepada pelaku UMKM tentang unit usaha yang ada pada UMKM, permasalahan apa yang sedang dihadapi, seperti apa proses produksinya, siapa pangsa pasarnya, bagaimana cara marketing dan pemasarannya selama ini?.

Analisis masalah melibatkan pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi, memahami, dan mengatasi masalah yang mempengaruhi kurangnya pengetahuan terhadap digitalisasi pada UMKM di Desa Aliantan Kabupaten Rokan Hulu. Setelah mendapatkan analisis masalah maka pada tahap pelaksanaan dilakukan pelatihan langsung di lokasi pelaku UMKM dalam bentuk pemberian materi dan praktik langsung. Adapun materi yang diberikan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1 Materi Pada Kegiatan Pengabdian**

| No | Materi                                   | Keterangan  |
|----|--|---|
| 1. | Pengenalan Digitalisasi                  | Pentingnya digitalisasi dan manfaatnya bagi UMKM.   |
| 2. | Media Sosial                             | Cara membuat dan mengelola akun bisnis di platform media sosial.  |
| 3. | E-Commerce                               | Pertumbuhan e-commerce telah merevolusi ritel, memungkinkan konsumen untuk berbelanja dari rumah dan mengakses penawaran menarik (Moundekar, 2020). Menjelaskan Langkah-langkah membuat toko online dan strategi penjualan di marketplace.  |
| 4. | Pemasaran Digital                        | Teknik pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial seperti: tiktok live, facebook live, dan pemanfaatan katalog digital untuk mempermudah calon pembeli mengetahui produk yang ditawarkan.   |
| 5. | Pembayaran nontunai atau penggunaan QRIS | <i>QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)</i> sebagai metode pembayaran digital di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berkorelasi positif dengan jumlah pengguna, transaksi, dan kepercayaan masyarakat. QRIS menawarkan |

manfaat seperti pembayaran yang lebih cepat, fleksibilitas, dan mengurangi kontak fisik, yang sangat berharga selama pandemi COVID-19 (Purwaningsih et al., 2023; Yuliati & Handayani, 2021)

---

Selanjutnya dalam tahap pelaksanaan juga dilakukan pendampingan. Memberikan pendampingan secara berkala bagi pelaku UMKM merupakan salah satu cara agar pelaku UMKM dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari secara benar dan tepat. Tahap terakhir adalah tahap *monitoring* dan evaluasi. Tahap *monitoring* berguna untuk memastikan semua kegiatan berjalan sesuai rencana dan evaluasi perlu dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan dan perkembangan digitalisasi UMKM. Alat ukur yang digunakan dalam bentuk wawancara kepada pelaku UMKM tentang sejauh mana pelaku UMKM tersebut mengetahui tentang digitalisasi usaha pada saat sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian. Selanjutnya mengumpulkan umpan balik dari pelaku UMKM untuk perbaikan program di masa mendatang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Survei Lokasi Mitra Dan Observasi Lingkungan**

Survei UMKM dilakukan pada 12 Agustus 2024 dengan mengunjungi langsung lokasi UMKM di desa Aliantan, yaitu UMKM milik bang Riski Keripik Nangka bang Riski. Lokasi toko UMKM tersebut bisa dibilang strategis karena terletak hampir diantara desa Aliantan dan desa Giti, dimana toko tersebut juga berada di pinggir jalan besar. Dilihat dari sisi lokasi, tentu saja toko tersebut memiliki potensi untuk dilirik oleh orang-orang yang berlalu lalang.

### **Wawancara Dan Observasi**

Pada hari pertama berkunjung, tim pengabdian tidak langsung mewawancarai pelaku usaha UMKM, namun mendatangi perangkat desa terlebih dahulu. Selanjutnya tim pengabdian menemui pelaku UMKM, dan pelaku UMKM menjelaskan bahwa pengetahuan beliau tentang teknologi masih terbatas dalam

menggunakan digitalisasi untuk promosi produk. Dalam wawancara, tim pengabdian juga bertanya terkait QRIS, namun beliau terlihat masih awam dengan kata-kata tersebut sehingga tim pengabdian pun menjabarkan secara mendetail tentang QRIS yang kini dapat menjadi media pembayaran online termudah. Berikut ini adalah gambar suasana kegiatan pengabdian ketika tim pengabdian sedang melakukan wawancara dan observasi dengan pelaku UMKM di Desa Aliantan.



**Gambar 2 Wawancara dan Observasi Pada UMKM "Kripik Bang Riski"**

### **Analisa Permasalahan**

Berdasarkan wawancara yang telah tim pengabdian lakukan, masalah utama dari kurang dilirikinya UMKM milik bang Riski ini adalah karena keterbatasan pengetahuan mengenai teknologi. Kesimpulan ini diambil karena ketika diwawancarai dan tim pengabdian menyinggung hal-hal berbaur teknologi modern, QRIS, katalog, QR code, pelaku UMKM terlihat asing dengan kata-kata tersebut.

### **Pelaksanaan Pelatihan**

Tim pengabdian memberikan Penjelasan tentang pentingnya digitalisasi dan manfaatnya bagi UMKM. Pelatihan digitalisasi UMKM melibatkan penggunaan media digital seperti Instagram dan Shopee. Pelatihan ini dilakukan melalui penjabaran dan tutorial praktis untuk membuat akun bisnis dan mengelola media digital secara optimal. Tim pengabdian membantu UMKM dalam menggunakan media digital untuk promosi produk dan membuat konten menarik. Selanjutnya, Tim pengabdian memberikan penjelasan tentang pembayaran melalui *QRIS*. Penjelasan dari pengajuan, syarat dan keunggulan pembayaran nontunai. Gambar 3 menunjukkan suasana kegiatan pengabdian ketika tim pengabdian sedang

memberikan sosialisasi dan penjelasan tentang digitalisasi UMKM di Desa Aliantan.



**Gambar 3 Sosialisasi dan Penjelasan Tentang Digitalisasi UMKM**

Selanjutnya tim pengabdian melakukan pembaharuan logo yang menempatkan barcode logo produk. Barcode tersebut dapat mengarahkan calon pembeli ke katalog produk yang menampilkan berbagai macam varian produk dan informasi terkait produk yang ditawarkan. Tanggapan positif diberikan oleh pelaku UMKM terhadap pembaharuan logo yang tim pengabdian tawarkan, yang mana logo tersebut terlihat lebih modern dan menarik. Gambar 4 dan 5 adalah gambar pembaharuan logo dan Barcode katalog pada logo yang berhasil dibuat oleh Pelaku Usaha sebagai hasil dari pendampingan oleh tim pengabdian Universitas Riau.



**Gambar 4 Pembaharuan Logo Yang Ditawarkan**



**Gambar 5 Barcode Katalog Pada Logo**

## **Pendampingan**

Pada tahap pendampingan, Tim pengabdian menjelaskan tata cara dan melakukan uji coba dalam melakukan pemindaian *barcode* yang ada pada logo yang ditawarkan ke pemilik UMKM, sehingga pemilik UMKM mengerti dan paham tentang tata cara pemindaian *barcode* yang mengarahkan pada katalog produk selanjutnya dapat menginformasikan kepada pelanggan. Setelah menjelaskan detail kemasan produk terbaru yang ditawarkan, pelaku UMKM merasa tertarik dan tim pengabdian mendapat respon positif terkait pembaharuan kemasan tersebut. Respon positif itu juga ditunjukkan dengan keinginan pelaku UMKM untuk menerima hasil pembaharuan logo yang ditawarkan tim pengabdian. Setelah melakukan uji coba pemindaian *barcode*, tim pengabdian melakukan uji penempelan pada kemasan produk. Kemudian tim pengabdian memberikan pendampingan dalam pembuatan proposal. Proposal berisi permohonan bantuan pengadaan mesin produksi berupa *vacuum frying* yang menjadi alat vital dalam produksi keripik buah. Proposal ini diharapkan terealisasi sehingga membantu dalam efektifitas dan efisiensi produksi. Gambar 6 menunjukkan proses pendampingan pembaharuan kemasan produk dan pembuatan proposal.



**Gambar 6 Pendampingan UMKM**

## **Monitoring dan Evaluasi**

Pada tahap evaluasi, tim pengabdian melakukan uji pemahaman kepada pelaku UMKM dengan memberikan beberapa pertanyaan seputar materi pelatihan dan melakukan uji coba ulang pada tahap scan *barcode* pada logo produk dengan menggunakan *smartphone* pelaku UMKM. Selanjutnya diperoleh temuan bahwa pelaku UMKM telah memahami materi yang tim pengabdian sampaikan ketika pelatihan dan telah memahami digitalisasi dalam mengembangkan usahanya.

Dengan menggunakan digitalisasi ini UMKM dapat memberikan informasi tentang produknya secara lebih luas, lebih mudah dan biaya yang dikeluarkan juga lebih sedikit (Wijoyo et al., 2020).

## **SIMPULAN**

Selama kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan berlangsung, pelaku UMKM sangat antusias dan partisipatif terhadap penjelasan materi yang disampaikan. Berdasarkan hasil *monitoring* dan evaluasi kegiatan pengabdian diperoleh hasil bahwa pelaku UMKM "keripik bang Riski" mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan terkait digitalisasi, media sosial, e-Commerce, pemasaran digital dan pembayaran non-tunai menggunakan QRIS. Ini membuktikan bahwa pelaku UMKM memang sadar bahwa mereka sangat memerlukan pengetahuan tersebut dalam memajukan usaha mereka. Hasil kegiatan pengabdian pada UMKM desa Aliantan menunjukkan bahwa tujuan kegiatan pengabdian dapat tercapai dengan baik. Semua pelaku UMKM menyatakan bahwa mereka mendapatkan ilmu dan wawasan tentang digitalisasi setelah kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM akan digitalisasi. Dukungan dari perangkat desa dan materi serta pelatihan yang diberikan dapat membantu pelaku UMKM menaikkan level usaha mereka dengan cara memanfaatkan teknologi yang ada saat ini.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada setiap anggota karena telah bekerjasama dengan baik dalam melaksanakan kegiatan pengabdian. Penulis juga berterimakasih kepada mitra pengabdian khususnya kepada Desa Aliantan dan Pelaku Usaha UMKM "Kripik Bang Riski" atas kesempatannya untuk dapat melakukan pengabdian dilokasi UMKM Desa Aliantan sehingga dapat berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan tim pengabdian UNRI.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Apriliani, K., Sukerta, I. M., Wirananda, I. P. A., & Wirawan, I. M. A. (2023).

Pengembangan Digitalisasi Marketing Umkm Produk Upakarya Yadnya Di Desa Buduk, Mengwi, Badung. *Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA)*, 4(2), 100–106.

- Asmara, A. Y., & Rahayu, S. (2019). Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah Melalui Inovasi Dan Pemanfaatan Jaringan Sosial: Pembelajaran Dari Klaster Industri Software Di India. *JP FEB Unsoed*, 3(Jurnal Pemasaran Kompetitif), 33.
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Marantika, A., Hasan, S., & Apriani, E. (2021). Pendampingan Peningkatan Pemasaran Usaha UMKM Melalui Media Online di Kabupaten Kampar Strategi Masa Pandemi Covid-19. *NEAR: Jurnal ...*, 1(1).
- Marpaung, J., Ramli, R. A., Ariyati, Y., & Sinaga, J. B. (2022). Pendampingan Sosialisasi Peran Umkm Dalam Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Warga Rw.001 Kecamatan Batu Aji Kelurahan Bukit Tempayan Kota Batam. *Minda Baharu*, 6(1), 91–100.
- Masood, T., & Sonntag, P. (2020). Industry 4.0: Adoption challenges and benefits for SMEs. *Computers in Industry*, 121, 103261.
- Misdawita, M., Sari, L., & Utami, B. C. (2023). Penguatan Industri Halal Melalui Women's Entrepreneurship Pada UMKM Di Wilayah Pesisir Kota Bengkalis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03), 3677–3687.
- Mittal, S., Khan, M. A., Romero, D., & Wuest, T. (2018). A critical review of smart manufacturing & Industry 4.0 maturity models: Implications for small and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of Manufacturing Systems*, 49, 194–214.
- Purwaningsih, M., Mardiyah, A. M., Fajar, Y. N., Capsa, N. H., Gurning, R. R., & Riwoe, A. P. (2023). Analisis Peningkatan Pemakaian QRIS Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 15(2).
- Puspitasari, D., Chasanah, A. N., & Wardhani, M. F. (2023). Strategi Peningkatan Ketahanan Ekonomi Untuk Perikanan Berkelanjutan Berbasis Konsep Blue Economy. *Jurnal Praktik Akuntansi Modern*, 5(4).
- Rachmawati, M. (2024). The Use Of Digitalization Of Information In Developing Digital Marketing For MSMEs. *Edusight International Journal of Multidisciplinary Studies*, 1(1).
- Rochadiani, T. H., Mandasari, R., Wulandari, I., & Jaklin, V. (2024). Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Maju di Kampung Kalipaten. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 149–156.
- Sidabalok, S., Misdawita, M., Zamaya, Y., & Mayes, A. (2024). Preferensi UKM Kuliner dalam Pengolahan Sertifikasi Halal Secara Online di Kota Pekanbaru. *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembangunan*, 13(1).

- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi*, 29(1), 1–10.
- Wijoyo, H., Vensuri, H., Musnaini, M., Widiyanti, W., Sunarsi, D., Haudi, H., Prasada, D., Setyawati, L., Kristianti, K., & Muhammad Lutfi, A. (2020). *Digitalisasi umkm*. Penerbit Insan Cendikia Mandiri.
- Yuliati, T., & Handayani, T. (2021). Pendampingan penggunaan aplikasi digital qris sebagai alat pembayaran pada umkm. *Communnity Development Journal*, 2(3), 811–816.