

PEMBERDAYAAN EKONOMI WARGA MELALUI DIGITALISASI UMKM BERBASIS PELATIHAN LITERASI DIGITAL DI KELURAHAN KREMBANGAN UTARA

Bayu Priambodo¹, Adam Idhofi², Chantikha Diva³, Fatimah Salsa⁴, Gayuh Abdi Mahardika⁵, Moch Iqbal Putra⁶, M. Akmal Fahmi⁷, Nadira Nathania⁸, Sausan Syarifatul Ajuj⁹, Theresia Nelvina¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}UPN "Veteran" Jawa Timur

¹bayu.p.adneg@upnjatim.co.id

Abstract: *The digitalization assistance program for MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Krembangan Utara Subdistrict, Surabaya, initiated by Community Service Team 16 of UPN "Veteran" East Java, aimed to enhance digital literacy and technology adoption among micro entrepreneurs. Using a participatory door-to-door approach, the program included activities such as registering businesses on Google Maps, activating QRIS for cashless payments, and onboarding to digital food delivery platforms like GoFood and ShopeeFood. The implementation showed a highly positive response, with many MSMEs experiencing increased business visibility and more efficient transactions. However, the program also encountered obstacles, such as limited digital devices and cultural resistance, especially among older business owners. This initiative highlights the need for sustained support through regular training, accessible digital information centers, and the involvement of local community cadres. Overall, the program contributes to community empowerment and presents a scalable model for similar regions with comparable socio-economic characteristics.*

Keywords: *MSME digitalization, door-to-door mentoring, digital literacy, digital transformation, community empowerment*

Abstrak: Program pendampingan digitalisasi UMKM di Kelurahan Krembangan Utara, Surabaya, yang diinisiasi oleh tim KKN 16 UPN "Veteran" Jawa Timur, bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan adopsi teknologi di kalangan pelaku usaha mikro. Melalui pendekatan partisipatif berbasis *door to door*, kegiatan ini mencakup aktivasi layanan digital seperti *Google Maps*, *QRIS*, *GoFood*, dan *ShopeeFood*. Hasil pelaksanaan menunjukkan respons positif dari pelaku UMKM, yang mulai merasakan manfaat berupa peningkatan visibilitas usaha dan efisiensi transaksi. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan perangkat dan resistensi kultural terhadap teknologi, terutama di kalangan pelaku usaha lanjut usia. Program ini menekankan pentingnya dukungan berkelanjutan melalui pelatihan rutin, pusat informasi digital, serta keterlibatan kader lokal. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi pada pemberdayaan komunitas dan dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

Kata kunci: Digitalisasi UMKM, pendampingan *door to door*, literasi digital, transformasi digital, pemberdayaan komunitas

Pendahuluan

Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi lokal sangat penting, terutama di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Digitalisasi telah membuka peluang besar bagi pelaku usaha kecil untuk meningkatkan visibilitas, efisiensi operasional, dan jangkauan pasar melalui *platform* daring (Herwanda & Restu Ismoyo Aji, 2023). Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki kapasitas atau akses untuk memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Kota Surabaya sebagai pusat aktivitas ekonomi menawarkan potensi besar bagi transformasi digital UMKM. Di wilayah Kelurahan Krembangan Utara, mayoritas pelaku usaha mikro belum menerapkan digitalisasi dalam aspek pemasaran, sistem pembayaran, maupun eksistensi daring, seperti pemanfaatan media sosial atau *platform* penjualan *online*. Oleh karena itu, pendekatan yang responsif dan personal sangat diperlukan (Prayogi & Kirom, 2022).

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim KKN Kelompok 16 SDG's Bela Negara UPN "Veteran" Jawa Timur melaksanakan program pendampingan digitalisasi UMKM melalui

metode pendekatan *door to door*. Program ini meliputi penyusunan daftar menu, penyesuaian harga, pengambilan foto produk, aktivasi akun *GoFood* dan *ShopeeFood*, pendaftaran lokasi di *Google Maps*, serta edukasi penggunaan QRIS. Kegiatan ini dirancang secara partisipatif agar sesuai dengan kondisi dan kemampuan masing-masing pelaku usaha.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan adaptasi teknologi di kalangan pelaku UMKM di Kelurahan Krembangan Utara. Melalui program ini, diharapkan para pelaku usaha dapat mulai memanfaatkan *platform* digital secara mandiri guna memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi usaha, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Hasil *monitoring* awal menunjukkan antusiasme tinggi dari pelaku UMKM, meskipun masih terdapat kendala teknis seperti keterbatasan perangkat dan kurangnya pengalaman dalam menggunakan aplikasi digital. Maka diperlukan dukungan lanjutan seperti pusat informasi digital yang mudah diakses oleh pelaku usaha.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi digitalisasi secara *door to door* bagi pelaku UMKM di Kelurahan Krembangan Utara dilaksanakan menggunakan metode partisipatif berbasis *door to door*, metode ini menekankan pada pendekatan langsung secara responsif terhadap kebutuhan pelaku UMKM. Metode ini dipilih agar proses program kerja dapat berjalan dengan optimal dan efektif. Tahapan kegiatan diawali dengan pengenalan digitalisasi, yang mencakup pemahaman dasar mengenai manfaat penggunaan teknologi digital seperti *e-commerce* seperti *GoFood*, *ShopeeFood* serta pembayaran non-tunai menggunakan QRIS dan pendaftaran *Google Maps* agar usaha lebih mudah dicari oleh pelanggan.

Untuk mendukung keberhasilan program ini, tim pelaksana, yakni anggota Program Kerja UMKM KKN 16 UPN “Veteran” Jawa Timur, melakukan identifikasi kebutuhan UMKM di Kelurahan Krembangan Utara. Hasil observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Krembangan Utara masih belum terdigitalisasi secara optimal. Maka dari itu, anggota Program Kerja UMKM menyusun strategi khusus dimulai dari pelatihan secara internal guna memahami cara pendaftaran pada aplikasi yang digunakan dalam digitalisasi harapannya agar dapat mendampingi UMKM secara maksimal. Setelah itu, anggota tim melakukan konfirmasi kepada pihak Kelurahan Krembangan Utara tentang sosialisasi digitalisasi UMKM. Hasilnya, anggota tim disarankan untuk meminta pendampingan Kader Surabaya Hebat (KSH) pada RW setempat. Lalu, anggota tim melakukan survei dan pemetaan wilayah yang melibatkan Ketua RW 3,4,5 dan 6 serta para KSH. Anggota tim memilih tempat tersebut dikarenakan banyaknya pelaku UMKM yang ada.



Gambar 1. Melakukan Konfirmasi Kepada Pihak Kelurahan

Selanjutnya, tahapan ketiga, anggota tim melakukan kegiatan pendampingan dan monitoring kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Krembangan Utara. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong digitalisasi UMKM agar dapat bersaing di era teknologi dan meningkatkan akses pasar mereka secara online. dalam pelaksanaannya, anggota tim

membantu pelaku usaha untuk mendaftarkan usahanya ke berbagai platform digital seperti QRIS untuk pembayaran non-tunai, *GoFood* dan *ShopeeFood* untuk layanan pemesanan makanan secara *online*, serta *Google Maps* untuk memperluas jangkauan lokasi usaha. Proses ini dilakukan secara personal dan bertahap, dengan memberikan pemahaman dasar mengenai pentingnya digitalisasi serta mendampingi secara langsung proses pendaftarannya. Pendampingan dilaksanakan dalam beberapa hari dan dilanjutkan dengan *monitoring* secara berkala setelah kegiatan pendampingan berlangsung. Setiap UMKM yang dibantu juga didata dan dipantau perkembangan serta respon mereka terhadap platform digital yang telah digunakan.



Gambar 2. Melakukan Door to Door UMKM Didampingi Oleh KSH

Dari hasil *monitoring*, mayoritas UMKM menunjukkan respon positif dan antusias terhadap penggunaan platform digital. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi seperti keterbatasan perangkat serta kesulitan teknis dalam mengoperasikan aplikasi. Hasil evaluasi menjadi acuan dalam merumuskan langkah tindak lanjut, seperti pengembangan program secara berkelanjutan serta pembentukan pusat layanan informasi digital yang dapat diakses oleh para pelaku UMKM. Melalui tahapan perancangan, survei wilayah, pendampingan, serta evaluasi, program digitalisasi UMKM di Kelurahan Krembangan Utara berjalan secara terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan di lapangan. diharapkan hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi pelaku UMKM.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program sosialisasi digitalisasi UMKM yang diinisiasi oleh tim KKN 16 UPN “Veteran” Jawa Timur di Kelurahan Krembangan Utara telah melalui serangkaian proses strategis, adaptif, dan berbasis pemahaman lokal. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini menitikberatkan pada metode *door to door* yakni melakukan kunjungan langsung ke pelaku UMKM yang tersebar di beberapa RW dengan harapan interaksi personal mampu mengakselerasi pemahaman dan penerimaan terhadap teknologi digital secara lebih efektif dibandingkan metode penyuluhan konvensional yang bersifat umum dan kurang menyentuh kebutuhan spesifik (Ario Johan & Lukviana Wati, 2023).

1. Respons Pelaku UMKM

Hasil awal dari pelaksanaan program menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kelurahan Krembangan Utara menyambut baik pendekatan langsung yang dilakukan oleh tim KKN. Respons positif terlihat dari antusiasme masyarakat dalam menerima informasi, bertanya secara aktif, serta bersedia mengikuti seluruh tahapan pendampingan digitalisasi. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha sebenarnya memiliki motivasi tinggi untuk berkembang, hanya saja selama ini mereka tidak memiliki akses yang cukup terhadap informasi digital dan bimbingan teknis. Kegiatan yang dilakukan secara *door to door* terbukti sangat efektif dalam membangun kedekatan emosional dan rasa percaya antara tim pelaksana dan pelaku usaha. Model ini memungkinkan proses edukasi berlangsung lebih personal dan disesuaikan dengan tingkat pemahaman individu (Septi et al., 2025). Dalam

praktiknya, banyak pelaku UMKM yang merasa lebih nyaman menyampaikan kesulitan atau ketidaktahuan mereka dibanding jika harus mengikuti pelatihan formal yang sifatnya umum dan cenderung kaku.

Respons yang diberikan tidak hanya sekedar antusiasme, tetapi juga disertai keterbukaan untuk mencoba hal baru. Sebagai contoh, beberapa pelaku usaha yang awalnya tidak mengetahui manfaat *Google Maps* mulai menyadari pentingnya keberadaan digital demi menjangkau konsumen lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang sangat bergantung pada pencarian lokasi secara daring

2. Transformasi Digital : Pendaftaran & Pendampingan

Proses transformasi digital yang difasilitasi oleh tim KKN dilakukan melalui tahapan yang jelas, mulai dari pemahaman literasi digital dasar hingga praktik langsung menggunakan berbagai *platform*. Fokus utama pendampingan mencakup tiga hal, yaitu: (1) pendaftaran lokasi usaha di *Google Maps*, (2) aktivasi QRIS sebagai metode pembayaran non-tunai, dan (3) *onboarding* ke *platform* layanan pesan antar makanan seperti *Go Food* dan *Shopee Food*. Pada awal kegiatan, banyak pelaku UMKM yang belum memiliki akun email aktif atau tidak memahami pentingnya email sebagai syarat pendaftaran berbagai layanan digital. Hal ini menjadi tantangan tersendiri karena tim harus membantu dari tahap paling dasar yakni pembuatan akun, verifikasi nomor telepon, pengunggahan dokumen legalitas, hingga pengambilan foto produk. Pentingnya pelatihan internal sebelum terjun ke lapangan terbukti krusial (Tegar Satria Adi & Ira Wikartika, 2023). Tim yang telah memahami teknis aplikasi lebih mudah mengarahkan pelaku usaha dengan gaya bahasa yang sederhana dan mudah diterima. Strategi ini berhasil membuat proses pendampingan lebih efektif karena tidak hanya mengedukasi, tetapi juga mengurangi kecemasan pengguna baru dalam menggunakan aplikasi digital



Gambar 3. Melakukan Pendampingan UMKM di RW 06

3. Hambatan Teknis dan Kultural

Meskipun kegiatan berjalan secara progresif dan lancar, tidak sedikit hambatan yang muncul selama pelaksanaan. Hambatan teknis paling umum adalah keterbatasan perangkat yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Sebagian besar masih menggunakan ponsel dengan spesifikasi rendah, ruang penyimpanan terbatas, atau versi sistem operasi yang tidak lagi kompatibel dengan aplikasi modern (Dahlan Muhammad, 2017). Hal ini menyebabkan beberapa pelaku tidak bisa menginstal aplikasi seperti *GoFood Merchant* (untuk *GoFood*) atau *Shopee Partner*. Selain perangkat, keterbatasan kuota internet juga menjadi kendala. Beberapa pelaku usaha bahkan tidak memiliki akses *WiFi* dan hanya mengandalkan pulsa harian. Situasi ini membuat tim harus mengatur strategi pendampingan dengan lebih fleksibel, seperti menyediakan *hotspot* sementara saat melakukan proses registrasi dan mengunduh aplikasi. Dari sisi kultural, ditemukan adanya ketakutan dan resistensi dalam menerima perubahan, terutama di kalangan pelaku UMKM yang sudah lanjut usia. Mereka cenderung lebih percaya terhadap metode tradisional yang selama ini dianggap “aman” dan

“terbukti”. Beberapa bahkan menganggap penggunaan aplikasi justru memperumit pekerjaan dan khawatir jika terjadi kesalahan teknis. Mengubah pola pikir semacam ini tidak cukup dengan edukasi satu kali, tetapi membutuhkan pendekatan persuasif yang bersifat jangka panjang dan konsisten

4. *Monitoring & Evaluasi Dampak*

Setelah pelaksanaan kegiatan pendampingan digitalisasi pada tahap awal, tim KKN 16 UPN “Veteran” Jawa Timur melanjutkan dengan proses *monitoring* untuk mengevaluasi efektivitas intervensi yang telah dilakukan. *Monitoring* ini dilaksanakan melalui kunjungan ulang kepada pelaku UMKM di wilayah RW 03, RW 04, RW 05, dan RW 06 yang sebelumnya telah menerima pendampingan. Tujuannya adalah untuk menilai tingkat pemanfaatan *platform* digital yang telah dikenalkan serta mengidentifikasi tantangan baru pasca-intervensi (Pitrianti Siti et al., 2023). Secara umum, hasil *monitoring* menunjukkan adanya peningkatan partisipasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan layanan digital, baik dari sisi penggunaan *platform* maupun dari sisi kepercayaan diri dalam menjalankannya. Di RW 03 misalnya, sejumlah pelaku usaha seperti Warung Mbak Lina, Pisang Keju Sumber Rejeki, dan UMKM Dahlia 3 telah mulai aktif menggunakan QRIS untuk transaksi non-tunai. Mereka mengaku metode ini memberikan kemudahan saat melayani pelanggan, terutama dalam hal kecepatan transaksi dan pengurangan kebutuhan uang kembalian.

Selain itu, pelaku usaha seperti Nasi Bebek Supriyadi, Seblak Prasmanan Mak Haa, dan Depot Liem yang telah dibantu untuk mendaftarkan usahanya ke *Google Maps*, melaporkan adanya peningkatan jumlah kunjungan, termasuk dari pelanggan yang berasal dari luar lingkungan RW. Hal serupa juga ditemukan di RW 04 pada Warung Berkah, yang mencatat adanya pesanan baru melalui *GoFood* pasca-pendaftaran. Di RW 06, pelaku usaha seperti Laba Nana, yang kini telah aktif di tiga platform sekaligus (*Google Maps*, *GoFood*, dan *Shopee Food*), menunjukkan adaptasi digital yang sangat baik. Laba Nana bahkan mulai mengelola pemesanan secara mandiri dan menerima pesanan di luar jam operasional normal karena keberadaan digital yang memungkinkan pelanggan melakukan pre-order. Warung Bu Lina, Toko Kiswah, dan Kue Basah Bu Wasik juga telah menyatakan bahwa mereka mulai terbiasa menggunakan *platform Google Maps* dan merasa lebih percaya diri dalam mengiklankan usahanya secara daring.



Gambar 4. Melakukan Pendampingan UMKM “Warung Berkah” di RW 04

Namun demikian, hasil monitoring juga memperlihatkan adanya variasi tingkat adopsi. Beberapa pelaku UMKM, terutama di RW 05 seperti Warung Gorengan Mak Ni, baru sampai pada tahap pendaftaran awal dan masih membutuhkan pendampingan lanjutan untuk mulai aktif menggunakan layanan. Disisi lain, tidak sedikit pelaku usaha yang merasa kesulitan dalam mengakses kembali akun mereka, terutama karena lupa kata sandi, belum memahami fitur pengelolaan menu atau kesulitan dalam pembaruan data usaha. Temuan ini menegaskan bahwa proses digitalisasi bukanlah aktivitas satu kali selesai, melainkan

memerlukan kesinambungan melalui sistem dukungan pasca-intervensi. Oleh karena itu, adanya pendampingan lanjutan, pelatihan berkala, serta penyediaan pusat informasi digital di tingkat kelurahan atau RW sangat disarankan sebagai langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan adaptasi teknologi digital oleh para pelaku UMKM.

5. Implikasi Sosial dan Keberlanjutan

Dampak sosial dari kegiatan ini tidak hanya terlihat dari hasil langsung penggunaan platform digital, tetapi juga dari terbentuknya hubungan sosial baru antara pelaku UMKM (Ryan Pratamansyah, 2024). Melalui interaksi yang terjadi selama pendampingan, muncul gagasan dari pelaku usaha untuk membentuk komunitas kecil berbasis RW yang dapat saling berbagi informasi dan pengalaman terkait digitalisasi. Inisiatif semacam ini menjadi pondasi penting bagi tumbuhnya ekosistem digital di tingkat lokal. Dari sisi kelembagaan, program ini membuka peluang bagi pemerintah kelurahan dan RW untuk turut terlibat secara aktif dalam proses transformasi digital (Gisheilla Evangeulista et al., 2023). Peran Kader Surabaya Hebat (KSH) terbukti efektif sebagai jembatan antara tim KKN dan masyarakat, serta menjadi calon penggerak keberlanjutan pasca-KKN. Keterlibatan lokal yang tinggi merupakan kunci agar hasil kegiatan ini tidak berhenti setelah program selesai.

Berdasarkan pengalaman lapangan, tim menyarankan beberapa langkah keberlanjutan: (1) pembentukan pusat informasi digital di kantor kelurahan atau balai RW; (2) pelatihan berkala yang melibatkan relawan muda lokal sebagai mentor; dan (3) penyusunan modul pelatihan sederhana berbasis infografis dan video pendek agar mudah diakses siapa saja. Program digitalisasi UMKM ini bukan hanya sebuah intervensi teknologi, melainkan upaya menyemai perubahan sosial melalui pemberdayaan komunitas. Jika dimanfaatkan secara berkelanjutan, program ini berpotensi menjadi model replikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa (Mustanir et al., 2019).

Simpulan dan Saran

Program pendampingan digitalisasi bagi pelaku UMKM di Kelurahan Krembangan Utara, Surabaya, yang dilaksanakan oleh tim KKN 16 UPN “Veteran” Jawa Timur, telah berhasil meningkatkan adopsi teknologi dan literasi digital di tingkat akar rumput. Melalui penerapan metode partisipatif *door to door*, program ini secara efektif menjawab tantangan rendahnya pemanfaatan teknologi dengan memberikan pendampingan personal yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas masing-masing pelaku usaha. Pendekatan ini terbukti mampu membangun kepercayaan dan antusiasme tinggi di kalangan UMKM, sehingga proses pendaftaran platform digital seperti *Google Maps*, *QRIS*, *GoFood*, dan *ShopeeFood* dapat berjalan dengan baik.

Hasil *monitoring* menunjukkan dampak positif yang nyata, di mana para pelaku UMKM yang didampingi mulai merasakan manfaat digitalisasi, seperti peningkatan jangkauan pelanggan, kemudahan transaksi, dan peningkatan visibilitas usaha secara daring. Meskipun demikian, pelaksanaan program ini juga mengidentifikasi beberapa hambatan utama, yaitu keterbatasan teknis berupa perangkat yang tidak memadai dan kendala kultural seperti resistensi terhadap perubahan, terutama di kalangan pelaku usaha lanjut usia.

Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi UMKM bukanlah sebuah program sesaat, melainkan sebuah proses berkelanjutan yang memerlukan sistem dukungan jangka panjang. Oleh karena itu, direkomendasikan beberapa langkah strategis untuk keberlanjutan program, yang pertama, pembentukan pusat informasi digital di tingkat kelurahan atau RW untuk menyediakan bantuan teknis, kedua, pelaksanaan pelatihan berkala dengan melibatkan kader lokal seperti Kader Surabaya Hebat (KSH), ketiga, pengembangan modul edukasi yang sederhana dan mudah diakses. Keberhasilan program ini dapat menjadi model

pemberdayaan komunitas yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa, yang menekankan pentingnya intervensi sosial di samping intervensi teknologi.

Daftar Pustaka

- Ario Johan, B., & Lukviana Wati, V. (2023). Transformasi Digital Umkm: Menggali Peluang Dan Tantangan Era Online Shop Di Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 7(3), 2025–2051.
- Dahlan Muhammad. (2017). Peran Pengabdian Pada Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 81–86.
- Gisheilla Evangeulista, Alferina Agustin, Guntur Pramana Edy Putra, Destiana Tunggal Pramesti, & Harries Madiistriyatno. (2023). STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI DIGITALISASI. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1).
- Herwanda, B. A., & Restu Ismoyo Aji. (2023). Membangun Identitas Brand Melalui Konsistensi Feeds Instagram @Bawapulang.Official. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 331–344. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958>
- Mustanir, A., Hamid, H., & Syarifuddin, R. N. (2019). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Desa Dalam Perencanaan Metode Partisipatif. In *Jurnal MODERAT* (Vol. 5).
- Pitrianti Siti, Sampetoding Eliyah A M, Purba Arini Anestesia, & Pongtambing Yulita Sirinti. (2023). *Literasi Digital pada Masyarakat*.
- Prayogi, A., & Kirom, M. I. (2022). *Pendampingan Pengembangan Digitalisasi Umkm Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal*. <http://ejournal.stkip-mmb.ac.id/index.php/JPPM>
- Ryan Pratamansyah, S. (2024). *Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia* (Vol. 2, Issue 2). <https://economics.pubmedia.id/index.php/jampk>
- Septi, I., Putri Mandiri, D., Citra Zahara, A., Febriyanti, A., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2025). Transformasi Digital dan Dampaknya Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Ranca Kalapa. *Abdi Dharma*, 5(1). <https://doi.org/10.31253/ad.v5i1.3560>
- Tegar Satria Adi, & Ira Wikartika. (2023). Sosialisasi *Door To Door Digital Marketing* UMKM Desa Sumberjo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(3), 99–110. <https://doi.org/10.57214/pengabmas.v5i3.333>