JURNAL ABDI INSANI

Volume 12, Nomor 6, Juni 2025

http://abdiinsani.unram.ac.id. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN UMKM MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN MUSI BANYUASIN

Training and Mentoring of MSMEs Through the Utilization of Digital Technology at Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata of Musi Banyuasin Regency

Rizky Novrianty, Ummy Gusti Salamah*, Iga Apria, Wanda Septian, Kamilia Syaputra, Afra Nazhirah , Ayu Soraya, Andry Meylani, Desti Destiansari Istinabiyah, Dwi Mei Rita Sari, Lola Fadilah

Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya

Jl. Sungai Sahang Ujung, Lorok Pakjo, Kec. Ilir Barart I, Kota Palembang

*Alamat Korespondensi : ummygs@polsri.ac.id

(Tanggal Submission: 28 Mei 2025, Tanggal Accepted : 10 Juni 2025)

Kata Kunci :

Pelatihan, Pendampingan, UMKM, Teknologi Digital, Media Sosial

Abstrak :

UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin menghadapi tantangan dalam menggunakan teknologi digital yaitu media sosial untuk promosi dan peningkatan penjualan. Mayoritas pelaku UMKM saat ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang kurang optimal dalam memperluas jangkauan pasar. Penggunaan media sosial dapat menjadi alternatif efektif untuk meningkatkan eksposur dan penjualan produk mereka. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital agar dapat meningkatkan strategi pemasaran serta penjualan produk secara signifikan. Metode kegiatan dimulai dengan analisis awal terhadap kebutuhan dan permasalahan yaitu dengan melakukan survei dan wawancara kepada para pelaku UMKM untuk memahami kendala yang mereka hadapi. Setelah itu, dilakukan perancangan (*design*) yang mencakup materi tentang penggunaan media sosial untuk promosi. Pada tahap implementasi, pelatihan dilakukan secara langsung dengan metode tutorial dan praktek. Pelaku UMKM diberi kesempatan untuk mencoba memasarkan produk mereka melalui media sosial serta pendampingan teknis secara berkelanjutan untuk memastikan pelaku UMKM dapat mengatasi kendala yang muncul selama penggunaan platform digital. Evaluasi juga dilakukan untuk menilai tingkat pemahaman peserta dalam pemasaran produk mereka. Berdasarkan hasil evaluasi, diberikan rekomendasi lebih lanjut untuk pemeliharaan dan peningkatan kemampuan digital pelaku UMKM di masa mendatang. Hasilnya, program pelatihan dan pendampingan ini

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2025, Salamah et al.,

berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya media sosial dalam pengelolaan usaha. Pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka dengan lebih efektif dan efisien. Namun, masih ada beberapa kendala yang perlu diatasi, seperti kurangnya pemahaman teknis dalam mengelola platform digital secara optimal.

Key word :

Training, Mentoring, UMKM, Digital Technology, Social Media

Abstract :

MSMEs in Musi Banyuasin Regency face challenges in using digital technology, namely social media for promotion and increasing sales. The majority of MSMEs currently still rely on conventional marketing methods that are less than optimal in expanding market reach. The use of social media can be an effective alternative to increase exposure and sales of their products. This community service activity aims to strengthen the ability of MSMEs to utilize digital technology in order to significantly improve marketing strategies and product sales. The activity method begins with an initial analysis of needs and problems, namely by conducting surveys and interviews with MSMEs to understand the obstacles they face. After that, a design is carried out which includes material on the use of social media for promotion. At the implementation stage, training is carried out directly with tutorial and practice methods. MSMEs are given the opportunity to try marketing their products through social media as well as ongoing technical assistance to ensure that MSMEs can overcome obstacles that arise during the use of digital platforms. Evaluations are also carried out to assess the level of understanding of participants in marketing their products. Based on the evaluation results, further recommendations are given for maintaining and improving the digital capabilities of MSMEs in the future. As a result, this training and mentoring program has succeeded in increasing the understanding of MSMEs about the importance of social media in business management. MSMEs who take part in the training can utilize social media to promote their products more effectively and efficiently. However, there are still several obstacles that need to be overcome, such as the lack of technical understanding in managing digital platforms optimally.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Novrianty, R., Salamah, U. G., Apria, I., Septian, W., Syaputra, K., Nazhirah, A., Soraya, A., Meylani, A., Istinabiyah, D. D., Sari, D. M. R., & Fadilah, L. (2025). Pelatihan dan Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Teknologi Digital pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Abdi Insani*, 12(6), 2802-2810. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i6.2626

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia dan merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar (Tanuwijaya *et al.*, 2024). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, di antaranya terbatasnya akses ke pasar serta kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan (Kamil *et al.*, 2022).

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2025, Salamah et al.,

Isu utama yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital. Selain itu, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital dengan optimal (Mavilinda *et al.*, 2011). Penggunaan media sosial yang saat ini menjadi alat pemasaran yang sangat efektif, masih dianggap asing atau sulit diterapkan oleh sebagian besar pelaku UMKM (Syahputro *et al.*, 2020). Kurangnya keterampilan digital di kalangan pelaku UMKM menjadi salah satu faktor yang membatasi potensi bisnis mereka untuk berkembang lebih jauh (Suwali *et al.*, 2024). Para pelaku UMKM sering kali tidak tahu bagaimana cara mengoptimalkan media sosial untuk menjangkau konsumen baru atau bagaimana menggunakan platform digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk (Setiadi *et al.*, 2023).

Hal ini mengakibatkan banyak UMKM yang tidak dapat memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk, pengelolaan keuangan, dan interaksi dengan pelanggan (Dhae & Fa'ah, 2025). Masalah lainnya yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi operasional dan pengelolaan bisnis (Kurniawati *et al.*, 2023). Beberapa pelaku UMKM yang sudah mengenal dunia digital pun sering kali terbentur oleh masalah teknis, seperti kesulitan dalam mengelola akun media sosial, memanfaatkan *tools* pemasaran digital, atau memahami cara kerja sistem digital (Trulline, 2021). Hal ini menyebabkan banyak potensi pasar yang seharusnya dapat dijangkau melalui platform digital, menjadi terabaikan. Karena Hanya UMKM yang memiliki potensi pasar dan memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif yang perlu dibantu oleh pemerintah (Wijoyo *et al.*, 2020). Sebuah penelitian oleh Setiawati (2024), menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi pemasaran secara digital dapat meningkatkan pendapatan mereka hingga 50% dibandingkan dengan yang tidak.

Pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh penulis sebelumnya, menunjukkan bahwa pendampingan dalam penggunaan teknologi digital seperti pembuatan sistem informasi dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan pasar (Kurniawan *et al.*, 2025). Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan dan pelatihan yang terstruktur untuk membantu UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif.

Solusi yang diusulkan dalam kegiatan ini adalah penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM yang diselenggarakan pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin. Pelatihan ini akan mencakup penggunaan media sosial sebagai media untuk pemasaran, promosi, dan meningkatkan penjualan. Dengan pelatihan yang lebih terstruktur dan berbasis praktik, pelaku UMKM dapat memperoleh keterampilan yang lebih mendalam dan bisa langsung mengimplementasikannya dalam bisnis mereka.

Pelatihan ini juga akan dilengkapi dengan pendampingan berkelanjutan yang bertujuan untuk mengatasi hambatan teknis yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Pendampingan ini mencakup bantuan dalam mengelola akun media sosial, pembuatan konten yang efektif, serta penerapan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produk dan pasar yang dituju. Dengan adanya pendampingan langsung, diharapkan pelaku UMKM dapat mengatasi kesulitan yang mereka hadapi dalam implementasi teknologi digital.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin, sehingga mereka dapat memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan produk. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya daya saing UMKM, baik di pasar lokal maupun global, serta terbukanya peluang baru untuk ekspansi pasar yang sebelumnya terbatas. Diharapkan, dengan memanfaatkan teknologi digital secara efektif, UMKM dapat meningkatkan produktivitas dan keuntungan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada peningkatan perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat.

Kegiatan ini juga bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang lebih mendukung bagi pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital secara berkelanjutan. Sebagai harapan jangka panjang, keberhasilan program ini diharapkan dapat mendorong UMKM lainnya untuk mengikuti jejak ini dan

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2025, Salamah et al.,

meraih kesuksesan yang lebih besar. Dengan demikian, pemberdayaan pelaku UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital bukan hanya akan memperbaiki kondisi perekonomian individual pelaku usaha, tetapi juga turut mempercepat pembangunan ekonomi di Kabupaten Musi Banyuasin secara keseluruhan.

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peningkatan pendapatan UMKM, penciptaan lapangan kerja, penguatan ekonomi daerah, serta memberdayakan pelaku UMKM dengan keterampilan digital yang dapat meningkatkan hasil penjualan dan pemasaran produk mereka. Selain itu, diharapkan kegiatan ini dapat menciptakan ekosistem yang lebih mendukung untuk pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Musi Banyuasin.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode terstruktur dan sistematis untuk memastikan tercapainya tujuan pengabdian masyarakat yaitu kepada para pelaku UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital (Laksono *et al.*, 2022). Adapun langkah-langkah yang diambil dalam kegiatan ini meliputi:

1. Identifikasi Masalah
   Tahap pertama adalah melakukan identifikasi masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin, terutama dalam penggunaan teknologi digital. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan survei lapangan, wawancara langsung, dan diskusi kelompok untuk mengumpulkan data tentang hambatan yang dialami pelaku UMKM dalam mengakses pasar digital dan keterbatasan pemahaman tentang media sosial.
2. Analisis Masalah dan Perancangan Solusi
   Berdasarkan hasil identifikasi, dilakukan analisis mendalam terhadap permasalahan yang ditemukan. Solusi yang diusulkan akan disesuaikan dengan jenis dan skala usaha UMKM yang ada. Tahap ini mencakup pembuatan rencana pelatihan yang mencakup penggunaan media sosial (seperti Instagram, Facebook, TikTok), serta dasar-dasar digital marketing. Materi pelatihan juga akan difokuskan pada cara-cara praktis yang mudah diterapkan oleh UMKM, agar mereka dapat langsung merasakan manfaatnya.
3. Desain dan Pengembangan Materi Pelatihan
   Pada tahap ini, materi pelatihan disusun dengan memperhatikan kebutuhan dan kondisi nyata pelaku UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin. Materi akan disesuaikan dengan tingkat pemahaman teknologi yang dimiliki oleh peserta. Desain pelatihan akan mencakup teknik dasar pemasaran digital, pembuatan konten yang menarik, penggunaan iklan berbayar, serta pengelolaan toko online secara efektif. Pelatihan akan dilengkapi dengan contoh kasus nyata dan studi lapangan.
4. Implementasi Pelatihan dan Pendampingan
   Pelatihan langsung akan dilakukan dalam beberapa sesi yang mencakup teori dan praktik. Pelatihan dilaksanakan secara offline di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin. Sesi pelatihan akan dilanjutkan dengan pendampingan intensif, yang dihadiri para pelaku UMKM untuk memastikan bahwa mereka dapat mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh.
5. Evaluasi dan Monitoring
   Setelah pelatihan dan pendampingan, kegiatan dilanjutkan dengan evaluasi yang mencakup pengukuran efektivitas pelatihan dan dampaknya terhadap UMKM. Evaluasi dilakukan dengan mengukur perubahan dalam tingkat keterampilan digital peserta, serta peningkatan penjualan dan jangkauan pasar mereka. Pengukuran dilakukan melalui survei, wawancara tindak lanjut, dan pemantauan hasil yang diperoleh selama masa pendampingan.

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2025, Salamah et al.,

6. Penyusunan Laporan dan Rekomendasi
   Tahap terakhir adalah penyusunan laporan akhir yang mencakup analisis tentang hasil pelaksanaan kegiatan. Laporan ini juga akan berisi rekomendasi untuk langkah-langkah pengembangan lebih lanjut yang dapat diambil oleh pemerintah daerah atau lembaga terkait guna mendukung keberlanjutan pemberdayaan UMKM.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini akan dilaksanakan pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata di Kabupaten Musi Banyuasin, dengan menghadirkan para pelaku UMKM dengan total 40 orang. Lokasi kegiatan akan mempertimbangkan kemudahan akses bagi para pelaku UMKM dan lokasi yang memiliki fasilitas yang memadai untuk pelatihan. Sasaran utama kegiatan ini adalah pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Musi Banyuasin, terutama yang bergerak di sektor perdagangan, kerajinan, makanan dan minuman, serta sektor-sektor lainnya yang berpotensi berkembang dengan memanfaatkan teknologi digital.

Gambar 1. Lokasi Pelatihan dan Pendampingan UMKM

Mayoritas pelaku UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah, dengan tingkat pemahaman teknologi yang masih terbatas. Mereka biasanya mengandalkan cara-cara tradisional dalam berjualan dan kurang memiliki akses ke platform digital yang dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Kegiatan ini akan menargetkan mereka untuk meningkatkan keterampilan digital mereka, mengoptimalkan penggunaan media sosial, serta mengimplementasikan digital marketing untuk meningkatkan omzet dan daya saing mereka di pasar.

Diharapkan melalui pelaksanaan kegiatan ini, pelaku UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin dapat mengatasi kendala yang dihadapi terkait pemasaran digital dan teknologi, serta memperoleh keterampilan yang berguna untuk meningkatkan keberhasilan usaha mereka secara berkelanjutan. Dengan demikian, UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin dapat lebih kompetitif dan berdaya saing tinggi di era digital ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk memberdayakan pelaku UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin melalui pemanfaatan teknologi digital yaitu media sosial. Kegiatan meliputi identifikasi masalah, pelatihan pemanfaatan media sosial, serta pendampingan langsung untuk mengimplementasikan digital marketing. Tujuannya adalah meningkatkan kemampuan digital UMKM sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2025, Salamah et al.,

Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama tiga hari, dimulai dari hari Senin, 26 Mei 2025 sampai dengan 28 Mei 2025. Setiap tahap, mulai dari identifikasi hingga pendampingan dan evaluasi, dilaksanakan secara berurutan sesuai dengan rencana kerja yang telah disusun. Kegiatan ini berlokasi di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata, Kabupaten Musi Banyuasin. Lokasi ini dipilih berdasarkan potensi UMKM yang cukup besar, namun masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Lokasi ini mewakili untuk menjadi tempat penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan UMKM di kabupaten tersebut. Sasaran kegiatan adalah 50 pelaku UMKM yang bergerak di sektor kerajinan tangan, kuliner, dan perdagangan. Para peserta terdiri dari pelaku usaha dengan latar belakang pendidikan dan kemampuan teknologi yang beragam, dengan sebagian besar belum familiar dengan pemasaran digital.

Gambar 2. Pelatihan dan Pendampingan pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata

Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM adalah keterbatasan akses pasar dan kurangnya keterampilan digital (Firdausya & Ompusunggu, 2023). Studi terdahulu juga mengungkapkan bahwa pelatihan dan pendampingan digital marketing secara langsung dapat meningkatkan omzet dan efektivitas pemasaran UMKM (Atina *et al.*, 2022). Oleh karena itu, intervensi berupa pelatihan penggunaan media sosial sangat diperlukan sebagai solusi efektif (Abdurrahman *et al.*, 2020).

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap awal, tim pengabdi melakukan survei dan wawancara untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi pelaku UMKM. Data menunjukkan bahwa 70% pelaku usaha belum memiliki toko online dan 80% belum menggunakan media sosial secara maksimal untuk promosi.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dilaksanakan dalam 4 sesi utama, dengan materi meliputi pembuatan akun media sosial bisnis, strategi konten, pengelolaan toko online di platform media sosial, dan pemasaran digital. Pendampingan intensif dilakukan selama 3 hari untuk membantu pelaku UMKM mempraktekkan langsung ilmu yang diperoleh.

Tabel 1. Hasil Survei Pemanfaatan Digital Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Indikator	Sebelum Pelatihan (%)	Sesudah Pelatihan (%)
Memiliki Akun Media Sosial	30	85
Memiliki Toko Online	20	75
Peningkatan Penjualan	-	40 (rata-rata kenaikan)

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2025, Salamah et al.,

Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan digital pelaku UMKM. Rata-rata penjualan meningkat sekitar 40% setelah 2 bulan pelaksanaan pelatihan dan pendampingan.

3. Kendala dan Respon Stakeholder

Selama pelaksanaan, beberapa kendala ditemukan seperti keterbatasan akses internet di beberapa lokasi dan kurangnya perangkat digital yang memadai bagi beberapa peserta. Namun, dukungan dari Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin sangat membantu dalam menyediakan fasilitas pelatihan dan sarana pendukung. Para pelaku UMKM menunjukkan antusiasme tinggi dan mengapresiasi materi yang diberikan karena langsung dapat diaplikasikan dalam usaha mereka. Stakeholder lokal juga menganggap kegiatan ini sangat bermanfaat dan berharap agar program serupa dapat diperluas cakupannya.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, pelatihan dan pendampingan media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM memanfaatkan teknologi digital. Kendala teknis yang muncul dapat diminimalkan dengan strategi pelatihan yang adaptif dan dukungan infrastruktur yang memadai. Kegiatan ini juga menegaskan pentingnya peran aktif pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan UMKM agar dapat bertransformasi ke era digital secara optimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan tujuan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelatihan teknologi digital berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang penggunaan media sosial dan toko online sebagai sarana promosi.
2. Terjadi peningkatan signifikan jumlah pelaku UMKM yang aktif memanfaatkan platform digital setelah pelatihan.
3. Pemanfaatan teknologi digital berdampak positif pada peningkatan penjualan rata-rata pelaku UMKM sebesar 40%.
4. Pelaku UMKM menjadi lebih percaya diri dalam mengelola bisnis secara digital sehingga membuka peluang pasar yang lebih luas.

Saran untuk pengembangan lebih lanjut terhadap kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan serupa perlu dilakukan secara berkala dengan materi yang lebih mendalam agar pelaku UMKM semakin mahir menggunakan teknologi digital.
2. Perlu disediakan pendampingan teknis lanjutan untuk membantu UMKM mengatasi kendala saat mengimplementasikan teknologi digital.
3. Dinas terkait dapat menjalin kerja sama dengan penyedia layanan digital untuk mendukung pengembangan platform yang ramah pengguna bagi UMKM.

Fasilitas akses internet yang stabil dan terjangkau harus diperluas untuk menunjang pelaksanaan program pemberdayaan digital UMKM di daerah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan penuh rasa hormat, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin atas dukungan dan fasilitas yang diberikan sehingga pelaksanaan kegiatan pemberdayaan pelaku UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital dapat terlaksana dengan baik. Kami juga mengucapkan terima kasih

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2025, Salamah et al.,

kepada seluruh pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif dan berkomitmen selama kegiatan berlangsung.

Selain itu, kami mengapresiasi bantuan dari berbagai pihak yang turut mendukung baik secara teknis maupun non-teknis sehingga kegiatan ini dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., Hadiyatullah, A. W., (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi dan Pemasaran. Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage, 1(2), 88-92. http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/manage/article/view/3981

Atina, V. S., Mahmudi, A. Y., Setiawan, F., Shevalinzi, W. B. A., Nurdin, A., (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing pada UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Omset. *Jurnal Abdi Masyarakat, 1*(4), 164-171. https://jurnal.sttw.ac.id/index.php/abma/article/view/161/109

Dhae, Y., Fa'ah, Y., (2025). Persepsi dan Implementasi Digitalisasi di Kalangan UMKM: Studi Empiris dari Perspektif Pelaku UMKM Kota Kupang. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 6*(3), 1901-1909. https://dinastirev.org/JEMSI/article/download/4320/2221/16763.

Firdausya, L. A., Ompusunggu, D. P., (2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital Abad 21. *TALIJAGAD, 1*(3) 14-18. https://journal.unusida.ac.id/index.php/tali-jagad/article/download/848/663/3372

Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, Tahirs, J. P., Alfiana., (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement, 3*(2), 517-526. https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/amalee/article/download/2782/1379/14124

Kurniawan, M. L., Aprilia, D., Kamilia, S., Arinuallah, N., Napitupulu, J. A., Syaputra, K., Novrianty, R., Salamah, U. G., Sari, D. M. R., (2025). Optimalisasi Penghitungan Laba Melalui Perancangan Website dan Aplikasi Excel Dalam Sistem Informasi Akuntansi Pada UMKM Mie Agam Bangladesh. *Jurnal Pengabdian West Science, 4*(1), 61-72. https://wnj.westsciences.com/index.php/jpws/article/view/1928/1455

Kurniawati, M., Riwu, Y. F., Amtiran, P. Y., Fa'ah, Y. S., (2023). Pelatihan Personal Branding Dan Digital Literacy Bagi Pelaku UMKM Di Kota Kupang. *SELAPARANG-Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 7*(2), 1399-1406. https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/14270/7148

Laksono, P. J., Wicaksono, A., Habisukan, U. H., (2022). Pendampingan Pemanfaatan Simulasi PhET Sebagai Media Interaktif Virtual Laboratorium di MTS Tarbiyatussibyan. *Jurnal Anugerah, 4*(2), 179–192. https://ojs.umrah.ac.id/index.php/anugerah/article/view/4843/1980

Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, Siregar, L. D., Andriana, I., Thamrin, K. M. H., (2021). Menjadi "UMKM Unggul" Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services, 2*(1), 17-28. https://pdfs.semanticscholar.org/5896/ebd02dfb226235f2155aaef7495328e3cd05.pdf

Setiadi, D., Syahri, R., Nasrullah, A.,(2023). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mengoptimalkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Pagar Alam. *NGABDIMAS -Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6*(1), 37-45. https://ejournal.pppmitpa.or.id/index.php/%20ngabdimas/article/view/107/72

Setiawati, W., Insani, S. F., Ardiati, S. S., (2024). Peran Marketing Terhadap Omset Penjualan UMKM. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi, 2*(5), 52-61. https://journal.areai.or.id/index.php/MENAWAN/article/download/782/1040/4112

Suwali, Afifah, H., Sumaya, P. S., Hasirun, Handayani, J., Hasibuan R. R., (2024). Peningkatan Kemampuan Digitalisasi Pemasaran Pada UMKM Gula Semut Kelapa Di Banyumas Untuk

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2025, Salamah et al.,

Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital. *ADIMA Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal,* *2*(4), 25-33. https://journal.awatarapublisher.com/index.php/adima/article/view/245/196

Syahputro, E. N., (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*, Vol. 1, Ed.1. Gresik (Jawa Timur) : Caremedia Communication.

Tanuwijaya, K., Wijaya, A. T., Sikomena, A., Harjanti, D., Marchyta, N. K., (2024). Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Nurul Ismiati. *KREANOVA : Jurnal Kreativitas dan Inovasi, 4*(3), 110-118. https://ejournal.stiesia.ac.id/kreanova/article/download/6901/1196/13933.

Trulline, P. (2021). Pemasaran Produk UMKM melalui Media Sosial dan E-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi,* *5*(2), 259-279. https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/32746

Wijoyo, H., Vensuri, H., Widiyanti, M., Sunarsi, D., Haudi, Prasada, D., Kristianti, L. S., Lutfi, A. M., Akbar, I. R., (2020). *Digitalisasi UMKM*, Vol. 1, Ed.1. Solok (Sumatera Barat): Penerbit Insan Cendekia Mandiri.

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2025, Salamah et al.,