

Mengoptimalkan Potensi UMKM Lokal melalui Pelatihan Ekonomi Digital di Desa Kotaraja, Lombok Timur

Sujiwa Salim^{1*}, Arif Rahman¹

¹ Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

*Email: SSalim@gamil.com

*Corresponding author

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history Received April 9, 2025 Revised April 11, 2024 Accepted April 24, 2025 Published April 30, 2025 Keywords MSMEs Digital Economy Training Empowerment Kotaraja Village  License by CC-BY-SA Copyright © 2025, The Author(s).	Digital economy training is an essential step in empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, particularly in rural areas. Kotaraja Village, located in East Lombok, is one such region with high MSME potential and requires innovative approaches to develop and market its local products. Through digital economy training, MSME actors are expected to optimize the use of digital technology to expand their markets, improve operational efficiency, and develop more effective marketing strategies. This training program covers the basics of online marketing, the use of e-commerce platforms, and the utilization of social media as tools to enhance the visibility and competitiveness of local products. Thus, it is hoped that MSMEs in Kotaraja Village will grow, become self-reliant, and compete in broader markets—both locally and globally—through the appropriate use of digital technology.

How to cite: Salim, S. & Rahman, A. (2025). Mengoptimalkan Potensi UMKM Lokal melalui Pelatihan Ekonomi Digital di Desa Kotaraja, Lombok Timur. *Primary Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 36-41. doi: <https://doi.org/10.70716/pjmr.v1i2.165>

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia sangat bergantung pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang berperan penting dalam penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja nasional (Kemenkop UKM, 2020). Meskipun UMKM memiliki peran yang vital dalam perekonomian, masih banyak tantangan yang dihadapi, terutama di wilayah pedesaan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas dan penggunaan teknologi yang belum optimal.

Di Desa Kotaraja, Lombok Timur, terdapat potensi besar dari UMKM lokal, seperti kerajinan tangan, produk pertanian, serta produk makanan dan minuman khas daerah. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang terbatas pada pasar lokal dan belum memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing. Padahal, pemanfaatan ekonomi digital dapat memberikan berbagai keuntungan, termasuk memperluas jangkauan pasar dan mengurangi ketergantungan pada perantara (Soeharto, 2021). Oleh karena itu, pelatihan ekonomi digital menjadi sangat penting untuk mengoptimalkan potensi UMKM di Desa Kotaraja.

Pelatihan ekonomi digital dapat memberikan berbagai pengetahuan dan keterampilan baru yang diperlukan oleh pelaku UMKM agar mereka dapat memanfaatkan berbagai platform digital, seperti e-commerce dan media sosial, untuk memasarkan produk mereka. Di era digital ini, teknologi menjadi kekuatan utama yang mempengaruhi cara orang berbisnis, baik dalam hal pemasaran, transaksi, maupun komunikasi dengan pelanggan (Purnomo & Widodo, 2020). Oleh karena itu, pelatihan ekonomi digital tidak

hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana cara beradaptasi dengan perubahan zaman dan persaingan pasar yang semakin ketat.

Salah satu aspek yang perlu ditekankan dalam pelatihan ekonomi digital adalah pemahaman mengenai pemasaran online. Pemasaran online dapat membantu UMKM untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas, baik melalui media sosial maupun platform e-commerce. Pemanfaatan platform seperti Instagram, Facebook, dan Shopee, misalnya, dapat memperkenalkan produk lokal Kotaraja ke pasar global dengan biaya yang relatif rendah. Menurut penelitian oleh Putra dan Aziz (2021), media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk mereka, serta memungkinkan komunikasi langsung dengan konsumen.

Selain pemasaran online, pelatihan ekonomi digital juga perlu mengajarkan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Digitalisasi dalam proses bisnis, seperti penggunaan sistem manajemen inventaris dan aplikasi keuangan, dapat membantu pelaku UMKM untuk lebih mudah mengelola usaha mereka dan meminimalisir kesalahan dalam pengelolaan stok maupun keuangan (Ramadhani, 2022). Penggunaan teknologi ini memungkinkan UMKM untuk fokus pada pengembangan produk dan layanan, sehingga dapat lebih kompetitif di pasar.

Desa Kotaraja, yang terletak di Lombok Timur, memiliki potensi wisata yang cukup besar, dan produk-produk lokal dari UMKM dapat menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan. Dengan adanya pelatihan ekonomi digital, para pelaku UMKM dapat memperkenalkan produk mereka secara lebih efektif kepada pengunjung melalui platform digital. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik desa sebagai destinasi wisata yang dikenal dengan produk lokalnya yang unik dan berkualitas (Iskandar, 2019).

Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan ekonomi digital juga berperan dalam mengurangi ketimpangan ekonomi antarwilayah. Di Indonesia, terdapat kesenjangan yang cukup besar antara wilayah urban dan rural dalam hal akses terhadap teknologi dan pasar. Dengan memberikan pelatihan ini, diharapkan dapat menciptakan pemerataan peluang ekonomi bagi masyarakat desa, serta membantu mereka untuk lebih mandiri secara finansial. Oleh karena itu, pelatihan ekonomi digital tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas UMKM, tetapi juga pada pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat desa secara keseluruhan (Wahyuni, 2020).

Meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di Indonesia memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 200 juta orang, dengan sebagian besar pengguna berasal dari kalangan usia produktif (APJII, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa pasar digital Indonesia sangat besar, dan para pelaku UMKM di Desa Kotaraja perlu memanfaatkannya untuk mengakses pasar yang lebih luas.

Namun, meskipun teknologi digital menawarkan banyak peluang, ada sejumlah hambatan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM di desa, seperti keterbatasan pengetahuan tentang teknologi dan akses terhadap pelatihan yang memadai. Pelatihan ekonomi digital yang dilaksanakan di Desa Kotaraja bertujuan untuk mengatasi hambatan ini dengan memberikan pengetahuan dasar dan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat membuka wawasan pelaku UMKM tentang potensi besar yang ditawarkan oleh teknologi digital (Lestari & Putra, 2021).

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor sosial dan budaya dalam pelatihan ekonomi digital. UMKM di desa sering kali memiliki karakteristik yang berbeda dengan UMKM di kota, seperti pola pikir yang lebih konservatif terhadap teknologi dan keterbatasan dalam adaptasi terhadap perubahan. Oleh karena itu, pelatihan yang dirancang haruslah mempertimbangkan konteks lokal dan budaya yang ada, serta melibatkan pendekatan yang lebih inklusif agar pelaku UMKM dapat merasakan manfaat secara maksimal (Mulyani, 2022).

Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Kotaraja dapat memanfaatkan ekonomi digital secara optimal, sehingga tidak hanya mampu bertahan di pasar lokal, tetapi juga berkembang dan berkompetisi di pasar global. Dengan dukungan pelatihan yang tepat, mereka dapat mengakses peluang yang sebelumnya tidak terjangkau, memperluas pasar, dan meningkatkan kualitas produk mereka, serta secara keseluruhan berkontribusi pada pembangunan ekonomi desa yang lebih berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan pelatihan ekonomi digital untuk UMKM lokal di Desa Kotaraja, Lombok Timur, akan dilaksanakan melalui pendekatan berbasis partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM setempat secara aktif. Metode pelatihan ini akan dibagi menjadi beberapa tahap untuk memastikan pemahaman yang optimal dan aplikasi yang efektif dari materi yang disampaikan. Tahap pertama adalah persiapan, yang mencakup identifikasi peserta pelatihan, penyusunan materi pelatihan, serta penentuan fasilitator yang berkompeten di bidang ekonomi digital dan UMKM.

Pada tahap kedua, pelatihan akan dimulai dengan pemberian materi dasar mengenai ekonomi digital, termasuk pemahaman tentang pemasaran online, penggunaan media sosial, dan platform e-commerce yang dapat digunakan untuk menjual produk UMKM. Selama sesi ini, peserta akan diberi pengetahuan tentang berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, dan marketplace seperti Tokopedia atau Shopee. Pelatihan ini akan dilaksanakan dalam bentuk kelas interaktif, di mana peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga melakukan simulasi praktis dengan bantuan instruktur (Soeharto, 2021).

Tahap ketiga akan berfokus pada praktik langsung, di mana para peserta akan dibimbing untuk membuat akun di berbagai platform digital dan memulai proses pemasaran produk mereka secara online. Fasilitator akan memberikan panduan teknis tentang cara mengunggah produk, membuat deskripsi produk yang menarik, serta mengelola transaksi dan komunikasi dengan pelanggan. Pada tahap ini, peserta akan diminta untuk mempraktikkan langsung strategi pemasaran menggunakan foto dan video produk yang mereka buat sendiri. Ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memperkenalkan produk mereka lebih luas.

Tahap keempat akan melibatkan pelatihan mengenai manajemen digital untuk UMKM, seperti penggunaan alat analisis untuk memantau kinerja penjualan dan memahami perilaku konsumen. Peserta akan diajarkan untuk menggunakan aplikasi analitik sederhana yang tersedia di berbagai platform, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih berbasis data untuk strategi pemasaran mereka. Di samping itu, peserta juga akan diberikan wawasan mengenai manajemen inventaris dan aplikasi keuangan digital yang dapat membantu mereka mengelola usaha mereka secara efisien (Purnomo & Widodo, 2020).

Terakhir, evaluasi dan tindak lanjut akan dilakukan untuk memastikan bahwa pelatihan ini memberi dampak yang positif. Peserta akan diminta untuk melaporkan progres mereka dalam memasarkan produk secara digital setelah beberapa minggu pasca-pelatihan. Selain itu, tim pelatih akan memberikan pendampingan dan konsultasi lebih lanjut untuk menyelesaikan kendala yang dihadapi peserta dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapat. Pendampingan ini akan dilakukan melalui pertemuan tatap muka dan online, untuk memastikan bahwa peserta dapat terus berkembang dalam mengoptimalkan potensi UMKM mereka melalui pemanfaatan ekonomi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ekonomi digital yang dilaksanakan di Desa Kotaraja, Lombok Timur, telah menghasilkan berbagai perubahan positif bagi para pelaku UMKM setempat. Program ini dirancang untuk membantu para pelaku UMKM memahami dan memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing produk lokal mereka. Selama pelatihan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi yang diberikan, meskipun sebagian besar dari mereka memiliki pengetahuan terbatas tentang teknologi digital sebelum mengikuti kegiatan ini. Hasil dari kegiatan ini mencerminkan peningkatan signifikan dalam kemampuan digital peserta, yang diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang bagi perkembangan UMKM di desa tersebut.

Pada awal pelatihan, sebagian besar peserta tidak familiar dengan penggunaan platform digital untuk bisnis. Mereka hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti pasar tradisional dan jaringan lokal. Namun, setelah melalui beberapa sesi, mereka mulai memahami pentingnya digitalisasi dalam memperluas pasar. Di akhir pelatihan, hampir semua peserta telah mengaktifkan akun di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan marketplace seperti Tokopedia serta Shopee untuk memasarkan produk mereka. Hal ini menunjukkan peningkatan kesadaran akan peluang besar yang ditawarkan oleh ekonomi digital untuk memperkenalkan produk UMKM mereka ke pasar yang lebih luas.

Peningkatan yang paling menonjol terlihat dalam hal pemasaran online. Sebelum pelatihan, banyak pelaku UMKM di Desa Kotaraja yang tidak memiliki akses pasar di luar wilayah lokal. Setelah mengikuti

pelatihan, mereka tidak hanya mampu memanfaatkan media sosial untuk promosi produk, tetapi juga mulai mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti menggunakan iklan berbayar di platform sosial media untuk menjangkau audiens yang lebih besar. Sebagian besar peserta melaporkan bahwa mereka telah menerima pesanan dari luar daerah, bahkan dari luar pulau, yang sebelumnya tidak mereka bayangkan. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan digitalisasi dapat membuka peluang pasar yang lebih luas bagi UMKM.

Selama pelatihan, peserta juga diajarkan teknik dasar fotografi produk dan pengeditan gambar untuk meningkatkan kualitas tampilan produk mereka secara online. Sebagian besar peserta berhasil mempraktikkan teknik ini dengan baik dan mulai menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan profesional. Mereka juga diberi pemahaman tentang bagaimana cara membuat deskripsi produk yang persuasif dan menarik agar dapat menarik perhatian pembeli potensial. Penggunaan foto dan video produk yang berkualitas terbukti menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan konversi penjualan di dunia maya.

Selain pemasaran, pelatihan ini juga membekali peserta dengan keterampilan dalam menggunakan alat analitik untuk memantau kinerja penjualan mereka. Banyak peserta yang sebelumnya tidak pernah memperhatikan data penjualan dan interaksi pelanggan, tetapi setelah pelatihan, mereka mulai mengerti pentingnya menganalisis data tersebut untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka dapat mengidentifikasi waktu terbaik untuk melakukan promosi, serta produk mana yang paling diminati oleh pelanggan. Dengan demikian, peserta kini lebih siap untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah dan berbasis data.

Pelatihan ini juga melibatkan pengenalan aplikasi manajemen usaha, yang memungkinkan pelaku UMKM untuk mengelola inventaris, mencatat transaksi, dan merencanakan keuangan dengan lebih efisien. Aplikasi-aplikasi ini membantu para pelaku UMKM untuk menghindari kekeliruan dalam pengelolaan stok dan keuangan yang sering terjadi pada usaha kecil yang belum menggunakan teknologi digital. Sebagian besar peserta mengakui bahwa aplikasi tersebut sangat membantu dalam mengelola usaha mereka, karena mereka dapat memantau keadaan stok barang secara real-time, serta mengatur anggaran dan pengeluaran dengan lebih mudah.

Dampak lain yang signifikan dari pelatihan ini adalah peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi. Sebelum pelatihan, banyak peserta merasa ragu dan takut gagal saat mencoba menggunakan platform digital untuk bisnis mereka. Namun, setelah mendapatkan pelatihan intensif dan praktek langsung, mereka merasa lebih percaya diri dan siap untuk memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Kepercayaan diri ini juga membawa perubahan positif dalam cara mereka menjalankan bisnis, di mana mereka mulai berinovasi dan mencoba hal-hal baru dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka.

Pelatihan ini juga menciptakan ikatan yang lebih kuat antar pelaku UMKM di Desa Kotaraja. Sebagian besar peserta merasa bahwa mereka memperoleh manfaat tidak hanya dari pelatihan, tetapi juga dari kesempatan untuk berbagi pengalaman dan bertukar informasi dengan sesama pelaku UMKM. Diskusi kelompok dan sesi berbagi pengalaman menjadi sarana penting bagi mereka untuk saling memberi dukungan dan motivasi dalam mengembangkan usaha masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital, tetapi juga memperkuat jaringan sosial di antara para pelaku UMKM.

Program ini juga memberikan dampak yang positif dalam hal pemberdayaan ekonomi lokal. Dengan memperkenalkan peserta pada teknologi digital, pelatihan ini membantu mereka untuk meningkatkan produktivitas usaha dan memperluas jangkauan pasar mereka. Hal ini diharapkan dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan pengurangan ketimpangan ekonomi antarwilayah, karena UMKM di daerah pedesaan memiliki peluang yang lebih besar untuk bersaing di pasar nasional dan internasional. Selain itu, produk-produk lokal yang dipasarkan secara online dapat memperkenalkan kekayaan budaya dan potensi desa kepada dunia luar.

Sebagai tindak lanjut, peserta pelatihan diberi kesempatan untuk melaporkan kemajuan mereka dalam penerapan ilmu yang telah didapat setelah beberapa minggu. Tim pelatihan akan memberikan

pendampingan dan konsultasi lebih lanjut, guna membantu peserta mengatasi masalah yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran dan manajemen digital. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan pelatihan ekonomi digital yang telah diberikan dapat memberikan dampak jangka panjang yang berkelanjutan bagi perkembangan UMKM di Desa Kotaraja, Lombok Timur.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini telah membekali para pelaku UMKM di Desa Kotaraja dengan keterampilan dan pengetahuan yang dapat mengoptimalkan potensi mereka dalam pasar digital. Dampak yang dihasilkan dari pelatihan ini sangat positif, tidak hanya dalam hal peningkatan keterampilan digital, tetapi juga dalam menciptakan peluang pasar baru, meningkatkan daya saing produk lokal, serta memperkuat ekonomi desa. Dengan adanya evaluasi berkala dan pendampingan pasca-pelatihan, diharapkan para pelaku UMKM dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan teknologi, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal.

KESIMPULAN

Pelatihan ekonomi digital yang dilaksanakan di Desa Kotaraja, Lombok Timur, telah berhasil memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kemampuan pelaku UMKM setempat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Dengan memperkenalkan berbagai platform digital seperti media sosial dan e-commerce, pelaku UMKM di desa ini kini memiliki kemampuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas produk mereka, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Pemasaran online dan teknik pembuatan konten yang lebih profesional telah membantu mereka untuk menarik perhatian konsumen yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih besar.

Selain itu, pelatihan ini juga berhasil meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui pemanfaatan aplikasi manajemen digital, yang membantu dalam pengelolaan inventaris dan keuangan. Penggunaan alat analitik yang diajarkan dalam pelatihan memungkinkan para pelaku UMKM untuk mengambil keputusan berbasis data, sehingga mereka lebih dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan memaksimalkan potensi usaha mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital peserta, tetapi juga mendorong mereka untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan zaman yang semakin dipengaruhi oleh teknologi.

Pelatihan ini juga membangun jaringan sosial yang lebih kuat di antara pelaku UMKM di Desa Kotaraja, memperkuat kolaborasi dan pemberdayaan di tingkat komunitas. Dengan berbagi pengalaman dan saling mendukung, para pelaku UMKM dapat terus berkembang dan belajar satu sama lain dalam memanfaatkan teknologi untuk mendongkrak usaha mereka. Dampak positif pelatihan ini diharapkan dapat terus berlanjut, dengan pelaku UMKM semakin mandiri dalam menjalankan usaha mereka dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, pelatihan ekonomi digital di Desa Kotaraja telah menunjukkan bahwa teknologi memiliki potensi besar untuk memberdayakan UMKM lokal. Dengan adanya pelatihan ini, para pelaku UMKM di desa tersebut kini lebih siap untuk menghadapi tantangan ekonomi global, membuka peluang pasar baru, dan meningkatkan daya saing produk lokal. Ke depan, pelatihan ini dapat menjadi model yang diadopsi di desa-desa lain untuk mendorong perkembangan ekonomi berbasis teknologi digital di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Purnomo, R., & Widodo, E. (2020). Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 77-88.
- Soeharto, D. (2021). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 13-24.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet Indonesia 2020. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Iskandar, A. (2019). Pemberdayaan UMKM untuk Pengembangan Potensi Wisata Desa. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 34(2), 45-58.

- Kemenkop UKM. (2020). Laporan Statistik UMKM 2020. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia.
- Lestari, S., & Putra, A. (2021). Digitalisasi UMKM: Pelatihan dan Tantangannya. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 27-40.
- Mulyani, T. (2022). Peran Pelatihan Ekonomi Digital dalam Pemberdayaan UMKM Desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 19-32.
- Purnomo, R., & Widodo, E. (2020). Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 77-88.
- Ramadhani, H. (2022). Digitalisasi UMKM: Meningkatkan Efisiensi Operasional dan Keuangan. *Jurnal Teknologi Bisnis*, 11(2), 12-25.
- Soeharto, D. (2021). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 13-24.
- Wahyuni, A. (2020). Digitalisasi UMKM untuk Pemerataan Ekonomi Desa. *Jurnal Ekonomi Pedesaan*, 7(3), 89-102.
- Purnomo, R., & Widodo, E. (2020). Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 77-88.
- Soeharto, D. (2021). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 13-24.