

STRATEGI MEMULAI DAN MENGEMBANGKAN UMKM YANG BERKELANJUTAN DI DESA KERTARAHAYU

Setyo Supratno^{1*}

¹Program Studi Teknik Elektro, Universitas Islam 45 Bekasi, Indonesia
email: setyo@unismabekasi.ac.id

Abstract: This seminar aimed to enhance the understanding of MSME entrepreneurs in business planning, digital marketing, financial recording, and e-commerce utilization. The program began with identifying the needs of MSMEs through observation and discussions, revealing key challenges such as a lack of understanding of long-term business strategies, reliance on traditional marketing methods, and low awareness of systematic financial recording. Additionally, e-commerce platforms had not been optimally utilized. The seminar featured academics, business practitioners, and digital marketing experts who covered topics on sustainable business strategies, digital marketing, financial recording, and e-commerce utilization. The results indicated that participants recognized the importance of digital marketing and personal branding as key strategies to enhance business competitiveness. Understanding of business startup strategies and digital marketing was also relatively strong, while digital financial recording remained a challenge that required further attention. MSMEs in Kertarahayu Village are expected to grow and become more competitive in the digital era.

Keywords: business sustainability; digital marketing; e-commerce; financial recording; MSMEs

Abstrak: Seminar ini bertujuan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam perencanaan usaha, pemasaran digital, pencatatan keuangan, dan pemanfaatan e-commerce. Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan UMKM melalui observasi dan diskusi, yang mengungkap kendala seperti kurangnya pemahaman strategi bisnis jangka panjang, ketergantungan pada pemasaran tradisional, serta rendahnya kesadaran akan pencatatan keuangan yang rapi. Selain itu, platform e-commerce belum dimanfaatkan secara optimal. Seminar ini menghadirkan akademisi, praktisi bisnis, dan ahli digital marketing yang membahas strategi bisnis berkelanjutan, digital marketing, pencatatan keuangan digital, dan pemanfaatan e-commerce. Hasil seminar menunjukkan bahwa peserta memahami pentingnya pemasaran digital dan personal branding sebagai strategi utama dalam meningkatkan daya saing usaha. Pemahaman terhadap strategi memulai usaha dan digital marketing juga cukup baik, tetapi pencatatan keuangan digital masih menjadi tantangan yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut. UMKM di Desa Kertarahayu diharapkan dapat lebih berkembang dan berdaya saing di era digital.

Kata kunci: keberlanjutan bisnis; pemasaran digital; e-commerce; pencatatan keuangan; UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar dalam menggerakkan perekonomian nasional. (Janah & Tampubolon, 2024), Sektor ini bukan hanya menyumbang sebagian besar Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi tulang punggung dalam penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat, (Azhari et al., 2024). Di tingkat daerah, UMKM memainkan peran yang tak kalah penting, terutama dalam menghidupkan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, (Lubis & Salsabila, 2024).

Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM di Desa Kertarahayu masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan mereka. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pemahaman dalam strategi memulai dan mengelola bisnis. Banyak pelaku usaha yang memulai usahanya secara spontan, tanpa perencanaan yang matang. Akibatnya, mereka sering kali kesulitan menjaga keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang, (Rofiq et al., 2023), Di era digital seperti sekarang, strategi pemasaran berbasis teknologi menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan bisnis, (Riofita, 2024), Sayangnya, pemanfaatan digital marketing di kalangan UMKM di Desa Kertarahayu masih sangat minim. Padahal, dengan pemasaran digital, mereka bisa menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar, (Adnan et al., 2024). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa adopsi digital marketing dapat membantu UMKM bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, (Aini et al., 2023)

Selain itu, minimnya literasi digital juga menjadi tantangan tersendiri. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami bagaimana membangun personal branding yang kuat, padahal hal ini sangat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. (Kurniawati et al., 2023). Konsumen cenderung lebih percaya pada merek atau produk yang memiliki identitas yang jelas dan kredibel. Tidak hanya itu, sistem pencatatan keuangan yang masih manual atau bahkan tidak terdokumentasi dengan baik juga menjadi masalah utama. Tanpa pencatatan keuangan yang rapi, sulit bagi UMKM untuk mengelola arus kas dan membuat keputusan bisnis yang tepat. Padahal, pencatatan keuangan yang baik sangat membantu dalam mengatur pengeluaran dan investasi agar bisnis tetap sehat dan berkembang, (Friyanto, 2022). Permasalahan lainnya adalah rendahnya pemanfaatan platform e-commerce sebagai media pemasaran produk. Dengan semakin berkembangnya industri perdagangan digital, platform seperti Shopee dapat menjadi sarana yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara mengoptimalkan penggunaan e-commerce sebagai bagian dari strategi pemasaran bisnis mereka, (Aisyah, 2020).

Untuk menghadapi berbagai tantangan tersebut, seminar ini diselenggarakan dengan tujuan membekali para pelaku usaha dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar mereka dapat mengelola bisnisnya dengan lebih baik. Program ini memiliki tingkat urgensi yang tinggi mengingat masih banyaknya UMKM yang belum memiliki strategi bisnis yang jelas. Adanya seminar ini, para peserta diharapkan dapat memahami langkah-

langkah strategis dalam memulai usaha, membangun personal branding, serta mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas operasional mereka.

Keberadaan aparatur desa dalam seminar ini juga menjadi faktor penting dalam mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Peran pemerintah desa sangat diperlukan dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM, baik dari segi regulasi maupun fasilitasi pelatihan dan pendampingan usaha, (Alchudhory & Lessy, 2024). Selain itu, berdasarkan data yang diperoleh dari desa, terdapat lima pelaku UMKM yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) serta satu usaha yang telah memperoleh sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum memiliki legalitas usaha, sehingga mempersulit mereka dalam mengakses berbagai fasilitas dan dukungan dari pemerintah maupun lembaga keuangan. Oleh karena itu, seminar ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya legalitas usaha bagi keberlanjutan bisnis. (Lia et al., 2023).

Selain itu, pengenalan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti TemanBisnis akan membantu UMKM dalam mengelola keuangan secara lebih sistematis dan transparan, (Fitri et al., 2024). Di sisi lain, pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran produk juga menjadi fokus dalam seminar ini. Dengan meningkatnya tren belanja online, UMKM yang dapat beradaptasi dengan platform e-commerce memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan omzet dan memperluas jangkauan pasar mereka, (Irawati & Prasetyo, 2021).

Seminar ini memiliki beberapa tujuan utama, di antaranya adalah untuk

memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pelaku UMKM mengenai strategi memulai usaha, membangun personal branding yang kuat, serta memanfaatkan digital marketing dan e-commerce secara efektif. Selain itu, seminar ini juga bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan para pelaku usaha melalui penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital. Peserta seminar terdiri dari dua puluh tujuh pelaku UMKM yang hadir di Kantor Desa Kertarahayu, termasuk di dalamnya adalah beberapa aparatur desa yang memiliki peran dalam pengembangan kebijakan terkait UMKM. Kehadiran mereka diharapkan dapat memberikan dorongan bagi pemerintah desa untuk lebih aktif dalam mendukung pengembangan sektor UMKM di wilayah tersebut. Manfaat dari seminar ini cukup luas, mulai dari peningkatan pemahaman mengenai strategi bisnis yang berkelanjutan hingga peningkatan daya saing UMKM melalui penerapan teknologi digital.

METODE

Kegiatan ini diawali dengan identifikasi kebutuhan UMKM di Desa Kertarahayu melalui observasi dan diskusi dengan aparatur desa serta pelaku usaha. Ditemukan beberapa kendala utama, seperti kurangnya pemahaman strategi bisnis jangka panjang, pemasaran yang masih bergantung pada metode tradisional, serta rendahnya kesadaran akan pencatatan keuangan yang rapi. Selain itu, platform e-commerce belum dimanfaatkan secara optimal, padahal dapat memperluas jangkauan pasar. Seminar dilaksanakan di Kantor Desa Kertarahayu pada pukul 10.00 WIB

dengan dihadiri oleh 27 peserta, yang terdiri dari pelaku UMKM dan aparatur desa. Seminar ini dirancang secara interaktif, agar peserta dapat lebih mudah memahami dan mengaplikasikan materi yang diberikan. Adapun materi yang disampaikan adalah; Memulai usaha yang berkelanjutan membutuhkan perencanaan matang, termasuk riset pasar, penyusunan rencana bisnis, legalitas usaha, serta strategi permodalan agar usaha lebih terarah dan kompetitif.

PEMBAHASAN

Seminar ini bertujuan memberikan wawasan dan keterampilan praktis agar UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan. Narasumber yang dihadirkan berasal dari akademisi, praktisi bisnis, dan ahli digital marketing yang berpengalaman dalam membimbing UMKM menuju transformasi digital.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Jadwal di atas menunjukkan bahwa persiapan seminar dilakukan secara sistematis, dimulai dengan observasi dan wawancara untuk memahami kondisi UMKM, diikuti dengan penyusunan materi serta koordinasi dengan narasumber. Persiapan teknis dilakukan

menjelang hari pelaksanaan seminar guna memastikan kelancaran acara. Setelah seminar selesai, dilakukan penyebaran kuesioner evaluasi untuk mengukur efektivitas kegiatan dan memahami aspek yang masih perlu ditingkatkan dalam pendampingan lanjutan bagi pelaku UMKM. Seminar berlangsung pada tanggal 22 Februari 2025, bertempat di Kantor Desa Kertarahayu, dengan durasi kegiatan mulai pukul 10.00 WIB hingga selesai. Kantor desa dipilih sebagai lokasi seminar karena merupakan pusat kegiatan masyarakat serta mudah diakses oleh peserta dan narasumber. Seminar ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi pelaku UMKM dalam memulai dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Dengan adanya evaluasi melalui penyebaran kuisisioner, efektivitas seminar dapat diukur dan menjadi dasar pengembangan program serupa di masa mendatang. Pada hari pelaksanaan seminar, Sabtu, 22 Februari 2025, peserta mulai berdatangan sejak pukul 09.30 WIB di Kantor Desa Kertarahayu. Panitia yang bertugas telah menyiapkan meja registrasi untuk pencatatan kehadiran peserta. Dari 27 peserta yang telah mendaftar, seluruhnya hadir dan mengisi daftar absensi. Peserta terdiri dari pelaku UMKM, aparatur desa, serta beberapa masyarakat yang tertarik untuk memulai usaha.



Gambar 2. Proses Registrasi Peserta

Panitia membagikan materi seminar dalam bentuk cetak kepada peserta yang hadir. Seminar dimulai pukul 10.00 WIB, diawali dengan sambutan dari perwakilan aparaturnya Desa Kertarahayu yang menekankan pentingnya dukungan bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Sambutan kedua disampaikan oleh narasumber, yang memberikan gambaran singkat tentang materi yang akan disampaikan dalam sesi seminar.

Setelah sesi pembukaan, narasumber menyampaikan materi utama yang mencakup berbagai aspek penting dalam membangun usaha. Pembahasan dimulai dengan strategi memulai usaha, termasuk riset pasar, perencanaan bisnis, legalitas, dan permodalan. Selanjutnya, peserta diperkenalkan pada mindset digital dalam pemasaran, dengan penekanan pada pemanfaatan media sosial dan marketplace.

Materi kemudian berlanjut ke personal branding, di mana peserta diajarkan strategi membangun identitas brand yang menarik. Aspek digital marketing juga dibahas, termasuk SEO, iklan berbayar, dan content marketing untuk meningkatkan daya saing usaha secara online.

Sebagai langkah akhir, sesi pelatihan pemanfaatan e-commerce memberikan panduan praktis dalam membuat toko online di Shopee, mengelola stok, serta menerapkan strategi promosi untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.



Gambar 3. Penyampaian Materi oleh Narasumber

Peserta tampak antusias mengikuti pemaparan materi. Beberapa peserta aktif bertanya, terutama mengenai proses legalitas usaha dan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan jenis produk mereka.

Setelah penyampaian materi selesai, sesi diskusi dibuka untuk memberikan kesempatan kepada peserta dalam mengajukan pertanyaan dan mendalami pemahaman mereka. Beberapa peserta menanyakan cara efektif dalam mempromosikan produk di media sosial, termasuk strategi menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan interaksi. Selain itu, ada juga pertanyaan mengenai prosedur mendapatkan sertifikasi halal bagi produk makanan, yang dianggap penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.



Gambar 4. Penyebaran Kuisisioner Evaluasi

Kuisisioner ini mencakup pertanyaan terkait strategi memulai usaha yang berkelanjutan, pemanfaatan digital

marketing dalam pengembangan UMKM, serta manfaat pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi seperti TemanBisnis. Selain itu, peserta juga dievaluasi mengenai pemahaman mereka terhadap pemanfaatan e-commerce sebagai sarana pemasaran produk. Hasil kuisisioner ini digunakan untuk menilai efektivitas seminar dan sebagai bahan pertimbangan dalam penyelenggaraan pelatihan selanjutnya. Hasil kuisisioner akan dianalisis untuk mengukur sejauh mana seminar memberikan dampak bagi peserta.

Kuisisioner ini mengukur pemahaman peserta dalam beberapa aspek utama, yaitu strategi memulai usaha yang berkelanjutan, pemanfaatan digital marketing untuk pengembangan UMKM, manfaat pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi seperti TemanBisnis, serta pemanfaatan e-commerce dalam pemasaran produk. Setiap peserta memberikan penilaian berdasarkan tingkat pemahaman mereka dengan skala berikut: 1 (Tidak Paham), 2 (Kurang Paham), 3 (Cukup Paham), 4 (Paham), dan 5 (Sangat Paham). Hasil evaluasi ini akan digunakan untuk menilai efektivitas seminar dan menyusun pelatihan yang lebih tepat guna di masa mendatang. Hasil dari kuisisioner dapat digambarkan dalam peta pikiran aspek kewirausahaan pada gambar:



Gambar 5. Peta Pikiran Aspek Kewirausahaan

Kategori pemahaman peserta ditentukan berdasarkan persentase rata-rata skor. Jika persentase mencapai 85% atau lebih, peserta dikategorikan sangat paham. Jika berada dalam rentang 75% hingga 84%, peserta dianggap paham. Rentang 60% hingga 74% menunjukkan pemahaman yang cukup, sementara rentang 50% hingga 59% menunjukkan pemahaman yang kurang. Jika persentasenya kurang dari 50%, peserta dianggap tidak memahami materi. Metode ini digunakan untuk menilai efektivitas seminar secara objektif dan sebagai bahan evaluasi dalam menyusun program pelatihan yang lebih sesuai dengan kebutuhan peserta.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Kuisisioner

Aspek	Total Skor	Rata-rata Skor	Persentase Pemahaman (%)	Kategori
Strategi Memulai Usaha	312	104	77.2%	Paham
Mindset Digital dalam Pemasaran	321	107	79.2%	Paham
Personal Branding UMKM	316	105.3	78.0%	Paham
Strategi Digital Marketing	307	102.3	76.0%	Paham
Pencatatan Keuangan Digital	293	97.7	72.4%	Cukup Paham
Pemanfaatan E-Commerce	318	106	78.5%	Paham

Mayoritas peserta menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi seminar, dengan Mindset Digital dalam

Pemasaran memperoleh skor tertinggi sebesar 79.2%. Sebaliknya, Pencatatan Keuangan Digital memiliki skor terendah sebesar 72.4%, menunjukkan adanya tantangan dalam penerapan sistem pencatatan digital. Beberapa faktor yang berkontribusi meliputi keterbatasan pemahaman teknologi, minimnya pelatihan praktis, rendahnya kesadaran akan manfaat pencatatan digital, serta keterbatasan infrastruktur seperti akses perangkat dan internet.

Untuk mengatasi kendala ini, diperlukan pendekatan pelatihan yang lebih mendalam, seperti meningkatkan sesi praktik menggunakan aplikasi pencatatan keuangan, menyediakan panduan sederhana, serta memberikan pendampingan bertahap. Penyediaan akses terhadap perangkat dan dukungan teknis juga penting agar keterbatasan infrastruktur tidak menjadi hambatan utama.

Dari aspek lain, pemahaman peserta terhadap Strategi Memulai Usaha mencapai 77.2%, mencerminkan kesadaran mereka akan riset pasar dan strategi permodalan. Personal Branding memperoleh skor 78.0%, menunjukkan pemahaman akan pentingnya membangun identitas usaha, sementara Strategi Digital Marketing dengan skor 76.0% masih memerlukan pendalaman dalam praktik. Pemanfaatan E-Commerce mendapatkan skor 78.5%, yang menunjukkan bahwa peserta memahami manfaat platform digital dalam meningkatkan penjualan.

Secara keseluruhan, meskipun pemahaman peserta dalam aspek pemasaran digital cukup baik, aspek pencatatan keuangan digital masih menjadi tantangan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pelatihan yang lebih praktis dan berkelanjutan agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi

juga mampu menerapkannya dalam usaha mereka.

SIMPULAN

Seminar ini berhasil memberikan wawasan penting bagi pelaku UMKM dalam memulai dan mengembangkan usaha, terutama dalam pemasaran digital dan e-commerce. Hasil kuesioner menunjukkan pemahaman peserta meningkat, meskipun masih diperlukan pendalaman dalam pencatatan keuangan digital dan strategi digital marketing lanjutan. Agar lebih optimal, diperlukan pendampingan lanjutan dalam pemasaran digital dan pencatatan keuangan. Pemerintah desa diharapkan membantu legalitas usaha, seperti NIB dan sertifikasi halal. Selain itu, UMKM perlu mengembangkan strategi SEO, iklan berbayar, dan pelatihan keuangan digital secara berkelanjutan. Kolaborasi antara UMKM, pemerintah, dan swasta sangat penting untuk mendukung akses pasar dan permodalan, sehingga UMKM di Desa Kertarahayu dapat lebih berkembang dan berdaya saing di era digital.

Seminar ini sangat bermanfaat, terutama dalam memahami pemasaran digital dan pencatatan keuangan. Sebelumnya, beberapa peserta menggunakan media sosial dan marketplace agar jangkauan pelanggan lebih luas. Selain itu, peserta juga menyadari pentingnya pencatatan keuangan yang rapi dan mulai mencoba aplikasi pencatatan digital untuk mengelola bisnis dengan lebih baik. Adanya pelatihan lanjutan yang direncanakan, peserta berharap bisa mendapatkan pendampingan lebih lanjut agar usaha mereka semakin berkembang di era digital ini hanya mengandalkan

cara tradisional untuk memasarkan produk, tetapi sekarang mulai

melalui marketplace sebagai upaya peningkatan penjualan dan mempertahankan bisnis di masa pandemi (Studi pada UMKM makanan dan minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, S. E., Murhaban, S. E., Eva Fitria Ningsih, S. M., TM, A., SP, M. S. M., Suryani, S. M., Andri Ani Nur, S. M., Anwar, S. E., Titi Yulmaida, S. M., & Putri Faradila, S. M. (2024). *Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen di Era Digital*. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Aini, L. N., Santoso, F., & Khirdany, E. N. (2023). Pengembangan UMKM Kuliner di Era Digital: Peran Inovasi dan Jaringan Bisnis di Kota Sampang. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 179–189.
- Aisyah, S. (2020). *Dampak pandemi Covid-19 bagi UMKM serta strategi e-marketing UMKM di Indonesia*.
- Alchudhory, F. M., & Lessy, Z. (2024). Peran Pemerintah Yogyakarta dalam Mengembangkan Pelaku UMKM Melalui SiBakul Jogja. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 238–248.
- Azhari, A., Kamaruddin, K., & Simahatie, M. (2024). Strategi Penciptaan Lapangan Kerja Pada Sektor Umkm Di Indonesia. *Ekonomika: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 16(1), 19–25.
- Fitri, L. H., Pramudya, N. H., Fatihah, N., Pramudita, D. A., Izzulhaq, M., Putri, F., & Priyanto, M. W. (2024). Sosialisasi dan Pendampingan UMKM melalui Pembukuan Keuangan secara Digital menggunakan Aplikasi Teman Bisnis. *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200–209.
- Friyanto, F. (2022). Pemilihan Standar Akuntansi Keuangan Yang Sesuai Dengan Industri UMKM di Kota Malang. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan platform e-commerce melalui marketplace sebagai upaya peningkatan penjualan dan mempertahankan bisnis di masa pandemi (Studi pada UMKM makanan dan minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746.
- Kurniawati, M., Riwu, Y. F., Amtiran, P. Y., & Faah, Y. S. (2023). Pelatihan Personal Branding Dan Digital Literacy Bagi Pelaku Umkm Di Kota Kupang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 1399–1406.
- Lia, S. N., Navijanto, R. A. P., & Pertiwi, V. I. (2023). Penguatan Usaha Melalui Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Kepada Pelaku UMKM di Gebang Putih. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 1120–1133.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110.
- Riofita, H. (2024). Optimalisasi Platform Digital Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *Inovasi Makro Ekonomi (IME)*, 6(3).
- Rofiq, A., Suryadi, N., Anggraeni, R., Makhmut, K. D. I., & Aryati, A. S. (2023). *Meningkatkan daya saing UKM: Perspektif strategis*. Universitas Brawijaya Press.