

## PENGUATAN EKONOMI LOKAL PADA PELAKU UMKM BERBASIS DIGITAL

Asep saeful Falah<sup>1)</sup>, Saeful Ramdan<sup>2)</sup>, Mayang Dwi Nurmalia<sup>3)</sup>, Windasari<sup>4)</sup>, Galih Hamzah Noor I<sup>5)</sup>, Nadila Rosinta<sup>6)</sup>, Rena Hermayanti<sup>7)</sup>, Meta Amelia<sup>8)</sup>, Muhamad Hilmi Ruby<sup>9)</sup>, Tedi Firdaus<sup>10)</sup>, Yunita Puspita Dewi<sup>11)</sup>, Ai Sri Mulyani<sup>12)</sup>

<sup>1)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [kangazef@gmail.com](mailto:kangazef@gmail.com)

<sup>2)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [saefulramdan@gmail.com](mailto:saefulramdan@gmail.com)

<sup>3)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [mayangdwi@gmail.com](mailto:mayangdwi@gmail.com)

<sup>4)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [windasari@gmail.com](mailto:windasari@gmail.com)

<sup>5)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [galihhamzah@gmail.com](mailto:galihhamzah@gmail.com)

<sup>6)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [nadilarosinta@gmail.com](mailto:nadilarosinta@gmail.com)

<sup>7)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [renahermayanti@gmail.com](mailto:renahermayanti@gmail.com)

<sup>8)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [metaamelia@gmail.com](mailto:metaamelia@gmail.com)

<sup>9)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [muhhilmiruby@gmail.com](mailto:muhhilmiruby@gmail.com)

<sup>10)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [tedifirdaus@gmail.com](mailto:tedifirdaus@gmail.com)

<sup>11)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [yunitapuspita@gmail.com](mailto:yunitapuspita@gmail.com)

<sup>12)</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia  
Email: [airimulyani@gmail.com](mailto:airimulyani@gmail.com)

### Abstract

The Thematic Community Service (KKNT) program conducted by STIE LM students in Padakembang Village for 44 days successfully identified significant creative economic potential in the village, particularly in the local resource-based UMKM sector. Products such as modern and simple bamboo weaving, table making, pots, iron ornaments, palm sugar, traditional food (gendar), and caterpillar have a relatively high market demand. However, the main problem faced by UMKM actors is their reliance on middlemen and collectors in marketing their products, as well as traditional and poorly recorded financial management. Through a series of activities, KKNT students sought to provide solutions to these problems. One of the efforts made was to hold a seminar themed "Strengthening Local Economy in Digital-Based UMKM Actors". In this seminar, participants were given an understanding of the importance of digital marketing in expanding market reach, and were trained on various digital platforms that can be used to market products. In addition, KKNT students also provided material on good financial management, ranging from recording transactions to creating simple financial reports.

**Keywords:** KKNT, creative economy, Digital Marketing, Financial Management, Padakembang Village

## Abstrak

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) yang dilaksanakan oleh mahasiswa STIE LM di Desa Padakembang selama 44 hari berhasil mengidentifikasi potensi ekonomi kreatif yang signifikan di desa tersebut, terutama pada sektor UMKM berbasis sumber daya lokal. Produk-produk seperti anyaman bambu modern dan sederhana, pembuatan meja, pot/hiasan dari besi, gula aren, makanan tradisional (gendar) serta ulat cangkilung memiliki permintaan pasar yang cukup tinggi. Namun, permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah ketergantungan pada bandar dan pengepul dalam pemasaran produk, serta pengelolaan keuangan yang masih bersifat tradisional dan kurang tercatat dengan baik. Melalui serangkaian kegiatan, mahasiswa KKNT berupaya memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menyelenggarakan seminar dengan tema "Penguatan Ekonomi Lokal pada Pelaku UMKM Berbasis Digital". Dalam seminar ini, para peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar, serta diberikan pelatihan mengenai berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk memasarkan produk. Selain itu, mahasiswa KKN juga memberikan materi mengenai pengelolaan keuangan yang baik, mulai dari pencatatan transaksi hingga pembuatan laporan keuangan sederhana.

**Kata Kunci:** KKNT, ekonomi kreatif, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, desa Padakembang

## LATAR BELAKANG

KKN Tematik adalah sebuah program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dengan fokus pada tema atau isu tertentu yang relevan dengan kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan masyarakat setempat. Program ini dirancang untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di perguruan tinggi dalam memecahkan masalah nyata yang dihadapi masyarakat.

Ekonomi kreatif merupakan proses ekonomi yang termasuk kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa di dalamnya yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif serta kemampuan intelektual dalam membangunnya. Ekonomi kreatif merupakan gabungan dua kata yang masing-masing memiliki makna tersendiri. Ekonomi itu sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan ilmu tentang asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan, sementara kreatif merupakan kemampuan dalam memiliki daya cipta serta kemampuan untuk menciptakan. Dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan proses perekonomian yang mengutamakan nilai kreativitas.

Ada tiga hal pokok yang menjadi dasar ekonomi kreatif, yaitu kreativitas, inovasi, dan penemuan

(Purnomo, 2016). Melalui pengembangan ekonomi kreatif atau disebut juga dengan industri kreatif, ekonomi masyarakat akan tumbuh dan meningkat. Pengembangan ekonomi kreatif tidak mutlak hanya berkembang di masyarakat perkotaan yang memiliki akses pada teknologi mutakhir, tetapi juga dapat dikembangkan di masyarakat perdesaan. Terlebih lagi sasaran pengembangan ekonomi kreatif berbasis industri rumah tangga. Setidaknya penelitian Nur Fadhilah S. (2019) telah membuktikan hal ini bahwa pendapatan masyarakat dapat ditingkatkan melalui pengembangan ekonomi kreatif berbasis industri rumah tangga. Jika mengacu pada subsektor industri kreatif yang dikeluarkan oleh kementerian perdagangan, kerajinan termasuk salah satunya dan ini dapat dikembangkan pada masyarakat desa pesisir.

Para pelaku UMKM masih banyak menghadapi banyak permasalahan. Pelaku UMKM ini masih mengharapkan produk lokal sebagai salah satu sumber penghasilan mereka (Endaryono & Djuhartono, 2018). Era globalisasi menuntut peningkatan inovasi produk dan jasa, pengembangan skill dari sumber daya manusia, pengembangan teknologi dan perluasan area pemasaran (Gunartin, 2017). UMKM menjadi wadah

yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif.

UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana (Ananda & Susilowati, 2017). Talani, N. S., & Tuli, M. (2023). Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Desa Pesisir Melalui Pelatihan Pembuatan Cinderamata. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 5(1), 132-141.

## METODE PELAKSANAAN

### 1. Peseta Kegiatan :

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 23 Juli – 03 September 2024, dalam rangkaian program utama kegiatan KKNT STIE Latifah Mubarokiyah Suryalaya 2024. Mahasiswa KKNT Desa Padakembang ini berjumlah 11 orang yang bertugas melakukan pengabdian pada masyarakat di Desa ini.

### 2. Metode

Tujuan utama dari survei UMKM dalam kegiatan KKNT STIELM ini adalah untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Padakembang yang menjadi lokasi KKN. Dengan memahami kondisi UMKM secara mendalam, kami selaku mahasiswa dapat merancang program kerja yang relevan dan efektif untuk membantu mengembangkan usaha-usaha tersebut, yang dilakukan pada akhir minggu pertama sampai minggu kedua yang diantaranya yaitu : 1) Kerajinan anyaman kekinian dan modern 2) pembuatan meja 3) pembuatan pot 4) hiasan dari besi 5) pembuatan gula aren 6) pembuatan makanan tradisional (Gendar).

Tak hanya itu, kami juga melakukan kegiatan-kegiatan pendukung yang diantaranya :

#### 1. Program Pendampingan

- Pembagian Bantuan Pemerintah Non- Tunai
- Ikut Berpartisipasi Menjadi Panitia 17 agustus di desa Padakembang

- Ikut menjadi Panitia di Acara Milangkala atau Ulang Tahun Kecamatan Padakembang
- 2. Program Pendidikan
  - Menunjungi PAUD Darussalam
  - Program pengenalan Basic Bahasa Inggris pada siswa SMP
  - Mengajar hafalan bacaan doa dengan ice breaking di TK Al-Ikhlas
  - Pengayaan metode pembelajaran tematik dan menggambar mozaik di SDN Pasiripis
- 3. Lain-Lain
  - Penyuluhan Posyandu
  - Pengajian Mingguan
  - Menjadi Juri Perlombaan Nasi Liwet di Kampung Pasiripis
  - Perlombaan Agustusan di kampung Nagog
  - Acara perpisahan di Kampung Nagog
  - Kunjungan Ke BumDes

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai Desa yang kaya dengan sumber daya alam, mempunyai air yang bersih serta penuh dengan penghijauan yang masih alami dan merupakan desa memiliki sektor pertanian dan juga perikanan ini didalamnya juga terdapat banyak potensi wisata dan yang utama nya yaitu potensi ekonomi yaitu UMKM- UMKM yang sangat beragam yang menjadi wadah untuk masyarakat dalam sumber mata pencahariannya, tetapi dibalik itu Pelaku UMKM lokal sering kali menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, akses pasar yang terbatas, serta kurangnya pengetahuan dan teknologi. Namun, dengan adanya dukungan dari pemerintah swasta, dan komunitas, serta pemanfaatan teknologi digital, UMKM lokal memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian daerah dan nasional.



Gambar 1. Kunjungan UMKM Pengrajin Anyaman Bambu

Menjadi seorang pelaku UMKM berarti memulai dan mengelola usaha sendiri dengan memanfaatkan sumber daya yang terbatas namun penuh semangat dan kreativitas. karena menentukan ide bisnis yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pasar, melakukan riset untuk memahami konsumen, dan menyusun rencana bisnis yang matang.

Pengelolaan keuangan yang baik juga sangat penting, termasuk memahami aliran kas, laba-rugi, serta kebutuhan modal usaha. Selain itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau konsumen dan membangun "*brand awareness*". Tantangan pasti akan ada, namun dengan inovasi, kegigihan, dan adaptasi terhadap perubahan, pelaku UMKM dapat terus berkembang dan berkontribusi pada perekonomian lokal.



Gambar 2. Kunjungan Pengrajin Anyaman Bambu Tradisional

Setelah kami melaksanakan sosialisasi, kami menyimpulkan ada beberapa masalah dan beberapa potensi di Desa Padakembang, dari beberapa hasil tersebut kami mengkhususkan pada permasalahan pemuda pemudi yang bermata pencaharian dimana mereka berposisikan sebagai Pekerja, bukan Pemilik, padahal bila dilihat dari sektor pertanian, perkebunan dan sumber daya alam lain desa ini sangat akan membantu. Mahasiswa KKNT berpendapat perlu mengadakan Seminar dengan masyarakat terutama dengan masyarakat (pelaku UMKM) yang berniat merintis usaha dan seberapa pengaruhnya Digitalisasi bagi pemasaran produk yang dihasilkan bagi para pelaku UMKM.



Gambar 3. Proses Penjemuran Bambu untuk membuat Anyaman

Seminar Program Kerja KKNT ini diberi judul "Penguatan Ekonomi Lokal Pada Pelaku UMKM Berbasis Digital" yang didalamnya menjelaskan secara rinci mengenai bagaimana memasarkan produk secara mandiri tanpa ketergantungan pada bandar misalnya penggunaan media sosial seperti instagram, penggunaan e-commerce. kemudian pengelolaan keuangan agar tidak tercampur antara uang pribadi dan uang usaha juga bisa menyesuaikan modal dalam usaha umkm. Berikut pembahasan seminar yang dapat kami rangkum sebagai berikut :

1. Memasarkan Produk Secara Mandiri, Media Sosial:

- *Instagram*: Menjelaskan cara membuat akun bisnis, membuat konten menarik, menggunakan fitur-fitur Instagram seperti Reels, IGTV, dan fitur belanja.
- *Platform Media Sosial Lainnya*: Menyebutkan platform lain seperti Facebook, TikTok, dan YouTube serta kelebihan dan kekurangan masing-masing.
- *E-commerce*: aktivitas jual beli yang dilakukan melalui dunia elektronik.
- Memilih Platform: Membandingkan berbagai platform e-commerce yang ada (seperti Shopee, Tokopedia, Lazada) dan memberikan tips memilih platform yang sesuai.
- Dalam era digitalisasi yang semakin pesat, UMKM memiliki peluang besar untuk mengembangkan usahanya dan memperluas pasar. Namun, tidak sedikit UMKM yang masih kesulitan dalam memasarkan produknya secara mandiri dan mengelola keuangan usahanya. Seminar ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan dan mengelola keuangan usaha secara efektif.

2. Pengelolaan Keuangan UMKM:

- Pemisahan Keuangan: Menjelaskan pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan usaha untuk memudahkan pencatatan dan perencanaan keuangan.
- Pencatatan Keuangan: Memperkenalkan metode pencatatan keuangan sederhana, seperti menggunakan buku kas atau aplikasi akuntansi.
- Perencanaan Keuangan: Membahas pentingnya membuat anggaran, mengelola arus kas, dan merencanakan pengembangan usaha.

3. Modal Usaha:

- Sumber Modal: Menjelaskan berbagai sumber modal yang bisa diperoleh UMKM, seperti modal sendiri, pinjaman bank, atau investor.
- Menyesuaikan Modal: Memberikan tips menyesuaikan modal dengan skala usaha dan kebutuhan.

Dengan penjelasan yang rinci dan interaktif, seminar ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnisnya secara digital.



**Gambar 4.** Dokumentasi Bersama Narasumber dan Peserta Seminar

## KESIMPULAN

Melalui pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di Desa Padakembang, kami menemukan bahwa potensi ekonomi kreatif yang dimiliki desa ini sangat besar dan beragam. Potensi tersebut tersebar dalam berbagai sektor, mulai dari kerajinan tangan, produk olahan pangan, hingga pariwisata lokal. Temuan ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Padakembang memiliki kekayaan sumber daya dan keterampilan lokal yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan mereka.

Kegiatan ekonomi kreatif yang telah berjalan, seperti pembuatan produk kerajinan tangan dan mebel (misalnya meja), menunjukkan adanya kemampuan produksi berbasis kearifan lokal. Produk-produk ini tidak hanya bernalih ekonomi, tetapi juga mencerminkan identitas budaya masyarakat setempat. Dengan pelatihan lebih lanjut serta penguatan promosi dan distribusi, sektor ini berpotensi menjadi unggulan desa yang mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah.

Selain itu, pembuatan gula aren dan budidaya hileud cangkilung (ulat sutra) merupakan contoh kegiatan ekonomi berbasis sumber daya alam lokal dan pengetahuan tradisional. Aktivitas ini tidak hanya

memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai edukatif dan ekologis. Jika dikelola secara sistematis dan berkelanjutan, sektor ini dapat menjadi daya tarik ekonomi sekaligus sarana pelestarian lingkungan dan warisan budaya desa.

Pembuatan makanan tradisional juga menjadi salah satu sektor yang menonjol. Produk kuliner lokal yang kaya rasa dan sejarah memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai komoditas unggulan. Melalui inovasi dalam pengemasan, sertifikasi, dan promosi digital, makanan tradisional dapat menembus pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan para pelaku usaha kecil dan menengah di desa.

Destinasi wisata Citiis menunjukkan bahwa sektor pariwisata juga memiliki prospek menjanjikan. Keindahan alam dan daya tarik lokal lainnya mampu menarik pengunjung, yang pada gilirannya memberikan dampak positif terhadap berbagai sektor lain, seperti transportasi, kuliner, dan kerajinan. Pengembangan fasilitas penunjang wisata serta promosi yang terarah dapat menjadikan Citiis sebagai salah satu destinasi unggulan di wilayah tersebut.

Namun, pengembangan ekonomi kreatif di desa tidak bisa berjalan sendiri. Diperlukan kolaborasi yang erat antara pemerintah sebagai fasilitator, pelaku usaha sebagai penggerak ekonomi, dan masyarakat sebagai pemilik serta pelaksana utama kegiatan. Sinergi ini penting untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif berjalan secara inklusif, berkelanjutan, dan berkeadilan.

Secara keseluruhan, potensi ekonomi kreatif di Desa Padakembang menjadi fondasi penting dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Dengan dukungan yang tepat, penguatan kapasitas lokal, serta pengelolaan yang baik, ekonomi kreatif dapat berkembang menjadi tulang punggung ekonomi desa yang mandiri dan tangguh. Pendekatan ini diharapkan dapat membawa Desa Padakembang menuju masa depan yang lebih sejahtera tanpa harus kehilangan identitas budayanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alyas, & Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*, 19(2), 114–120.
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif di kota malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(10), 120–142.

- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). *Opus: Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia 2019*. Jakarta: BEKRAF.
- Dhewanto, W., Nugroho, Y., Herliana, S., & Harwida, G. (2013). *Model Pengembangan Industri Kreatif di Indonesia*. Bandung: ITB Press.
- Endaryono, B. T., & Djuhartono, T. (2018). Membangun Jaringan Pasar Untuk Mengembangkan Usaha Produk Lokal Dalam Menumbuh Kembangkan Usaha Berbasis Sumber Daya Lokal Melalui Usaha Mikro Dan Keuangan Mikro. *Sosio E-Kons*, 10(3), 228–233.
- Es, D. P., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital MARKETING Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Malaka
- Gunartin. (2017). Penguatan Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Eduka Jurnal Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*, 1(V), 59–74.
- Handayani, S. R. (2020). Peran Inovasi dalam Pengembangan UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(1), 25–34.
- Hidayati, N., & Purnama, S. (2024). Pendidikan kewirausahaan berbasis pengalaman praktis dalam meningkatkan kemampuan problem solving siswa. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan*, 15(2), 123-135.
- Junaidi. (2017)latihan Manajemen Keuangan sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi MEA di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur. *Resona Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 46–51.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2020). *Pedoman Umum Program Inovasi Desa*. Jakarta: Kemendes PDTT.
- Nugroho, Y., Siregar, M., & Triwidodo, H. (2016). *Ekonomi Kreatif: Perspektif Kebijakan Publik dan Tantangan Pengembangannya di Indonesia*. Jakarta: British Council Indonesia.
- Priyanto, S. H. (2012). *Kewirausahaan Sosial untuk Pengembangan Ekonomi Lokal*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Rahmawati, D., & Arifin, M. (2018). Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16(2), 105–118.
- Santoso, B. (2021). Optimalisasi Potensi Desa Melalui Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 55–64.
- Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1) 1–17.
- Setyorini, R. (2019). Peran Mahasiswa dalam Penguatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Desa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(2), 149–158.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, Y. (2015). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, A., & Prasetyo, E. (2019). Digitalisasi UMKM dan Implikasinya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(1), 23–33.