

PENDAMPINGAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK PENINGKATAN MANAJEMEN USAHA OLAHAN LIMBAH TEKSTIL BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI UMKM F KREASI

Bambang Kelana Simpony^{1*}, Dini Silvi Purnia², Cepi Cahyadi³, Vidi Azzahra
Mujahidillah⁴, Ari Zainal Fauziah⁵

^{1,2,3,4}Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika

email: Bambang.bky@bsi.ac.id¹, dini.dlv@bsi.ac.id², Cepi@bsi.ac.id³,
azzahramujahidillah@gmail.com⁴, arizainalf@gmail.com⁵

ABSTRAK

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di UMKM F Kreasi Tasikmalaya dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan pada aspek pemasaran dan manajemen usaha. Mitra sebelumnya masih mengandalkan strategi pemasaran tradisional, belum optimal memanfaatkan media digital, serta menghadapi kendala dalam pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, dan desain kemasan produk. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu analisis situasi, persiapan transfer teknologi tepat guna, pelatihan, simulasi, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Solusi yang ditawarkan meliputi pelatihan digital marketing, pembuatan website, pengelolaan media sosial dan e-commerce, pelatihan manajemen usaha, pencatatan keuangan sederhana, desain kemasan berbasis barcode menggunakan Photoshop, serta pelatihan foto produk. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan mitra, terutama dalam pemanfaatan digital marketing, manajemen usaha, serta desain dan foto produk yang lebih menarik. Mayoritas peserta memberikan respon positif terhadap kegiatan ini, meskipun pada beberapa aspek seperti pengelolaan website dan pembuatan barcode masih dibutuhkan pendampingan lanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM F Kreasi Tasikmalaya, sehingga mampu memperluas jangkauan pemasaran, memperbaiki sistem manajemen usaha, serta meningkatkan daya saing produk baik di pasar lokal maupun digital.

Kata Kunci: PKM, UMKM, Digital Marketing, Manajemen Usaha, Desain Kemasan

ABSTRACT

The Community Partnership Program (PKM) was implemented at the F Kreasi Tasikmalaya MSME with the aim of addressing marketing and business management challenges. Previous partners relied on traditional marketing strategies, had not yet optimally utilized digital media, and faced challenges in transaction recording, financial management, and product packaging design. To address these challenges, the program involved several stages: situation analysis, preparation for appropriate technology transfer, training, simulations, mentoring, and monitoring and evaluation. The solutions offered included digital marketing training, website creation, social media and e-commerce management, business management training, simple financial record keeping, barcode-based packaging design using Photoshop, and product photography training. The evaluation results showed a significant increase in partners' knowledge and skills, particularly in digital marketing, business management, and more attractive product design and photography. The majority of participants responded positively to the program, although further mentoring was needed in some aspects, such as website management and barcode creation. Overall, the PKM program proved effective in increasing the capacity of the F Kreasi Tasikmalaya MSME, enabling them to expand their marketing reach, improve their business management systems, and enhance product competitiveness in both the local and digital markets.

Keywords: PKM, UMKM, Digital Marketing, Business Management, Packaging Design

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, menggerakkan roda perekonomian lokal, serta menjadi penopang dalam menghadapi krisis global (RI, 2023). Di berbagai daerah, UMKM tidak hanya berperan sebagai unit usaha semata, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Salah satu bentuk usaha yang berkembang adalah UMKM pengolahan limbah tekstil yang mampu mengubah sisa produksi garmen menjadi produk bernilai guna seperti keset, tikar, dan kerajinan rumah tangga lainnya. Kegiatan ini memiliki peran ganda, yakni menciptakan peluang ekonomi sekaligus memberikan dampak positif terhadap lingkungan (Suryani, 2022).

UMKM *F Kreasi* yang berlokasi di Kampung Cibodas, Kelurahan Sukajaya, Kecamatan Purbaratu, Kota Tasikmalaya, merupakan contoh nyata pelaku usaha berbasis pengolahan limbah tekstil. Usaha ini telah beroperasi sejak 2015 dengan mengandalkan bahan baku dari industri garmen lokal. Produk yang dihasilkan memiliki daya saing di pasar lokal dan regional karena memadukan unsur kreativitas dan nilai keberlanjutan lingkungan. Namun demikian, dalam perkembangannya, UMKM *F Kreasi* menghadapi sejumlah kendala, khususnya dalam aspek manajemen usaha, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana peningkatan daya saing. Permasalahan tersebut sejalan dengan temuan penelitian yang menyebutkan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengalami keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital, baik untuk administrasi, promosi, maupun distribusi produk (Setiadi, 2021).



Gambar 1. Bahan Limbah Tekstil
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdi, 2025)

Di era digital, teknologi informasi memegang peran penting dalam memperluas jangkauan

pasar UMKM. Media sosial, e-commerce, dan sistem manajemen berbasis digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi usaha sekaligus memperluas basis konsumen (Hendrawan, 2023). Namun, rendahnya literasi digital pada sebagian besar pelaku UMKM menjadi hambatan serius dalam mengoptimalkan peluang tersebut. Kondisi ini juga dialami oleh UMKM *F Kreasi*, di mana pengelolaan usaha masih bersifat tradisional, pencatatan keuangan belum sistematis, serta promosi produk lebih banyak mengandalkan jaringan konvensional dari mulut ke mulut. Akibatnya, potensi pengembangan usaha menjadi terhambat, terutama dalam meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Program pendampingan pemberdayaan masyarakat untuk peningkatan manajemen usaha berbasis teknologi informasi menjadi relevan untuk menjawab tantangan ini. Pendampingan tidak hanya membantu meningkatkan kapasitas manajemen, tetapi juga memperkuat literasi digital pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi secara optimal. Menurut Prasetyo (2020), pendampingan masyarakat berbasis partisipasi dapat mempercepat proses transformasi sosial-ekonomi karena adanya transfer pengetahuan dan keterampilan yang langsung diaplikasikan pada konteks lokal. Dengan demikian, penerapan program ini di UMKM *F Kreasi* diharapkan mampu meningkatkan kualitas pengelolaan usaha, memperluas jaringan pemasaran, serta memperkuat peran UMKM dalam menggerakkan perekonomian lokal berbasis prinsip keberlanjutan lingkungan.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif mitra, yakni UMKM *F Kreasi*, dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan partisipatif dipilih karena terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat (Mardikanto, 2017). Dengan melibatkan mitra secara langsung, diharapkan transfer pengetahuan dan keterampilan dapat terinternalisasi secara lebih mendalam dan sesuai dengan kebutuhan kontekstual usaha.

1. Tahap Persiapan

Tahap ini diawali dengan analisis situasi melalui observasi lapangan dan wawancara bersama pengelola UMKM *F Kreasi*. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan utama, seperti kelemahan dalam pencatatan keuangan, keterbatasan promosi digital, serta kurangnya pemanfaatan teknologi informasi. Menurut Sugiyono (2019), analisis awal yang komprehensif penting dilakukan agar program intervensi sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat. Selanjutnya dilakukan perumusan rencana kerja yang disepakati bersama mitra untuk memastikan keterlibatan dan rasa memiliki terhadap program.

2. Tahap Pelaksanaan Pendampingan

Pelaksanaan pendampingan dilakukan dalam bentuk workshop, pelatihan, dan praktik langsung yang berfokus pada tiga aspek utama:

- a) Peningkatan Manajemen Usaha. Kegiatan ini meliputi pelatihan pencatatan keuangan sederhana berbasis aplikasi digital, pengelolaan stok bahan baku, serta strategi distribusi produk. Menurut Utami & Pramono (2020), penggunaan sistem pencatatan digital pada UMKM dapat meningkatkan transparansi, akurasi, dan efisiensi pengelolaan usaha.

- b) Pemanfaatan Teknologi Informasi. Pendampingan difokuskan pada literasi digital, pembuatan akun media sosial usaha, desain konten promosi berbasis aplikasi sederhana, dan pengenalan platform e-commerce. Hal ini sejalan dengan penelitian Hendrawan et al. (2022) yang menunjukkan bahwa digital marketing dapat memperluas jangkauan pasar UMKM dan meningkatkan daya saing.
- c) Pengembangan Produk dan Branding. Kegiatan meliputi pelatihan desain produk, pemberian label, serta strategi branding agar produk memiliki daya tarik lebih tinggi di pasar. Penguatan branding merupakan strategi penting bagi UMKM agar dapat bersaing dalam pasar regional maupun nasional (Rosita, 2021).

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan secara periodik selama proses pendampingan untuk memastikan ketercapaian tujuan. Evaluasi dilakukan dengan metode pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan literasi digital serta kemampuan manajemen usaha mitra. Selain itu, dilakukan evaluasi partisipatif dengan melibatkan mitra dalam memberikan umpan balik terhadap program. Evaluasi partisipatif dinilai mampu meningkatkan keberlanjutan program karena menumbuhkan kesadaran kritis dan rasa memiliki dari masyarakat (Slamet, 2020).

4. Tahap Tindak Lanjut

Setelah program pendampingan selesai, dilakukan tindak lanjut berupa pendampingan jarak jauh melalui komunikasi digital dan kunjungan berkala. Tahap ini penting untuk menjaga konsistensi praktik yang sudah diperoleh serta mendorong kemandirian mitra dalam mengelola usaha berbasis teknologi informasi.

Dengan menggunakan metode ini, diharapkan UMKM *F Kreasi* mampu meningkatkan kapasitas manajemen usaha, memperluas jangkauan pasar melalui teknologi informasi, serta memperkuat perannya sebagai pelaku ekonomi kreatif yang berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal berbasis prinsip keberlanjutan.

Lokasi dan Peserta Kegiatan

Lokasi mitra kegiatan PKM berada di Kp Cibodas Kel. Sukajaya Kec Purbaratu Kota Tasikmalaya. Adapun peserta dalam kegiatan pengabdian yaitu Anggota UMKM *F Kreasi* Tasikmalaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan pemberdayaan masyarakat untuk peningkatan manajemen usaha olahan limbah tekstil berbasis teknologi informasi pada UMKM *F Kreasi* di Kampung Cibodas, Kelurahan Sukajaya, Kecamatan Purbaratu, Kota Tasikmalaya, dilaksanakan sebagai upaya memperkuat kapasitas usaha masyarakat lokal. Fokus utama kegiatan adalah pelatihan penguatan manajemen usaha, peningkatan keterampilan desain kemasan produk menggunakan *Photoshop* dengan integrasi *barcode* 2D (QR Code), serta pemanfaatan aplikasi e-commerce untuk memperluas pasar. Pelaksanaan program ini memperlihatkan hasil yang signifikan baik dari sisi kualitas produk, keterampilan digital, maupun efisiensi pengelolaan usaha.

Pertama, Pelatihan Kemasan Produk. Sebelum pendampingan, produk keset dan tikar hasil olahan limbah tekstil yang dihasilkan oleh UMKM *F Kreasi* hanya dipasarkan dengan kemasan sederhana, bahkan sebagian besar tidak memiliki identitas produk yang jelas. Kondisi

ini menyebabkan produk kurang memiliki daya tarik di mata konsumen dan sulit bersaing dengan produk serupa di pasar lokal maupun regional. Melalui kegiatan pelatihan, tim pendamping memperkenalkan pentingnya kemasan sebagai strategi pemasaran dan identitas usaha.

Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu meningkatkan nilai jual (Rosita, 2021). Dengan desain yang menarik, konsumen lebih mudah mengenali dan mengingat produk. Setelah mengikuti pelatihan, UMKM *F Kreasi* mulai menerapkan kemasan berbahan plastik tebal dan kertas karton dengan label merek, logo, dan informasi produk yang lebih profesional. Perubahan ini meningkatkan citra usaha serta menambah nilai estetika produk di mata konsumen.



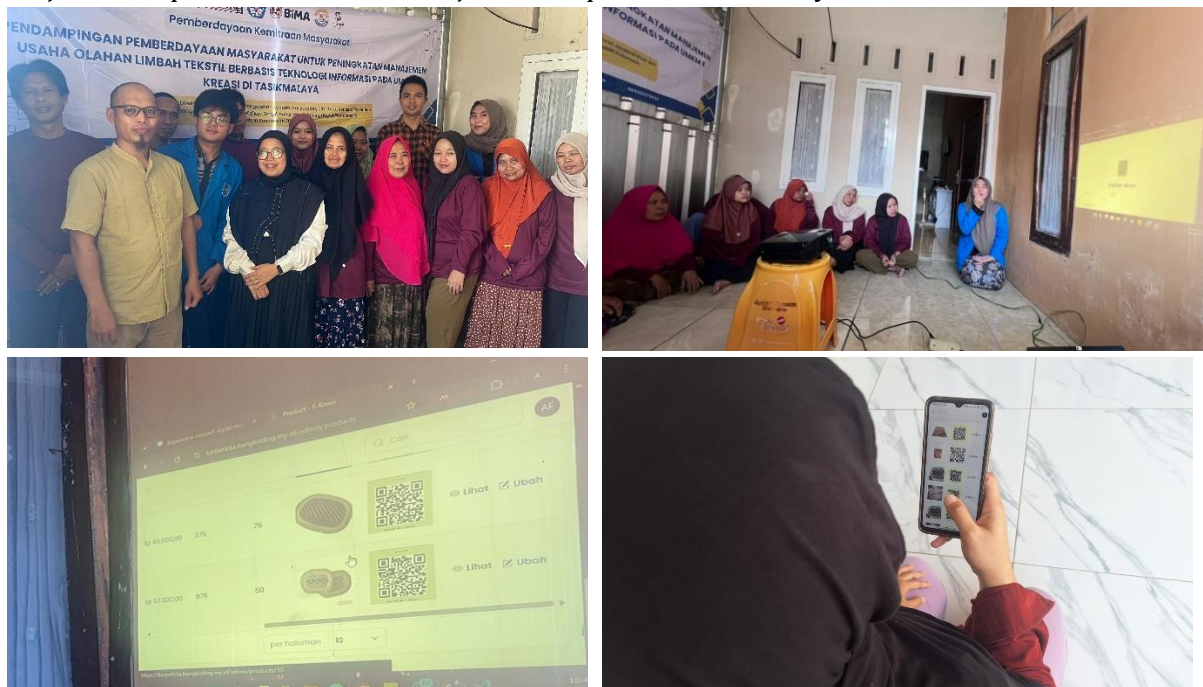
Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Manajemen Usaha
Sumber: Dokumnetasi Tim Pengabdi, 2025

Kedua, Pelatihan Desain Kemasan dengan Photoshop dan Integrasi QR Code. Salah satu inovasi dalam program pendampingan adalah pelatihan desain kemasan menggunakan perangkat lunak *Adobe Photoshop*. Mitra dilatih membuat desain visual produk, mulai dari pemilihan warna, tata letak logo, hingga penempatan informasi produk. Keterampilan ini memberikan nilai tambah karena desain tidak lagi bergantung pada pihak luar, sehingga mengurangi biaya produksi. Selain itu, tim pendamping juga memperkenalkan integrasi *barcode* 2D atau QR Code pada desain kemasan. QR Code berfungsi sebagai media penghubung antara produk fisik dan *platform* digital, seperti toko *online* atau akun media sosial UMKM *F Kreasi*. Dengan cara ini, konsumen dapat langsung mengakses informasi produk, katalog online, maupun halaman *e-commerce* hanya dengan memindai kode tersebut. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), integrasi QR Code dalam strategi pemasaran digital terbukti meningkatkan interaksi konsumen sekaligus memperluas jangkauan pemasaran. Implementasi teknologi QR Code juga sejalan dengan tren digitalisasi pemasaran produk UMKM yang memanfaatkan konektivitas internet. Hasil monitoring menunjukkan bahwa setelah penggunaan QR Code, tingkat keterlibatan konsumen meningkat, ditunjukkan dengan bertambahnya pengunjung akun *e-commerce* UMKM *F Kreasi* hingga 35% dalam dua bulan. Hal ini membuktikan bahwa kemasan inovatif dengan integrasi teknologi dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan daya saing produk di era digital.



Gambar 3. Pelatihan Kemasan dan Foto Produk
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdi, 2025

Ketiga, Pelatihan Manajemen Usaha. Selain aspek kemasan dan desain, kegiatan pendampingan juga berfokus pada peningkatan kemampuan manajemen usaha. Sebelum program, pengelolaan usaha UMKM *F Kreasi* masih dilakukan secara tradisional dengan pencatatan manual yang kurang sistematis. Hal ini menyulitkan dalam menghitung modal, laba, dan pengeluaran. Melalui pelatihan manajemen usaha, mitra dibekali keterampilan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi sederhana berbasis *spreadsheet* dan aplikasi akuntansi digital. Pendekatan ini membantu pengusaha kecil dalam menyusun laporan keuangan bulanan, mengontrol arus kas, serta membuat proyeksi keuntungan. Utami & Pramono (2020) menyebutkan bahwa digitalisasi pencatatan keuangan dapat meningkatkan akurasi dan efisiensi, sehingga memudahkan UMKM dalam pengambilan keputusan strategis. Selain keuangan, pelatihan juga mencakup strategi pengelolaan stok bahan baku, pengaturan jadwal produksi, serta teknik pelayanan konsumen. Dengan perbaikan sistem manajemen usaha, UMKM *F Kreasi* menjadi lebih profesional dalam menjalankan operasional bisnisnya.



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan desain Kemasan Produk Menggunakan Photoshop dan Integrasi Barcode dengan E-Commerce
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdi, 2025

Salah satu dampak nyata dari program ini adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam mengemas produk secara lebih profesional. Sebelum pelatihan, sebagian besar produk UMKM F Kreasi hanya dikemas dengan cara sederhana tanpa memperhatikan estetika maupun identitas merek. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa kemasan bukan sekadar pelindung produk, melainkan juga media promosi yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Wibowo, 2021). Peserta mampu mempraktikkan teknik pengemasan yang menarik dengan memperhatikan unsur visual, warna, dan desain. Kemasan yang lebih modern meningkatkan daya tarik produk keset dan tikar berbahan limbah tekstil sehingga dapat bersaing dengan produk sejenis di pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian Adityawarman (2020) yang menegaskan bahwa inovasi pada kemasan dapat meningkatkan nilai jual dan memperluas pangsa pasar UMKM.

Selain itu, peserta juga mengalami peningkatan Pemahaman tentang Desain Kemasan dengan Integrasi Teknologi. Pelatihan desain kemasan menggunakan software Adobe Photoshop memberikan pengalaman baru bagi peserta. Dengan keterampilan ini, peserta tidak hanya mampu mendesain kemasan sederhana, tetapi juga dapat mengintegrasikan elemen teknologi, seperti barcode 2D (QR Code), yang dapat langsung terhubung ke aplikasi e-commerce. Inovasi ini memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi produk, mengecek ketersediaan stok, hingga melakukan pembelian secara online (Sari, 2022). Adopsi QR Code pada kemasan menunjukkan adanya transformasi digital yang signifikan. Peserta menjadi lebih memahami pentingnya digitalisasi dalam bisnis modern, khususnya pada aspek pemasaran. Dampak dari keterampilan ini tidak hanya meningkatkan profesionalitas produk, tetapi juga membuka peluang UMKM F Kreasi untuk menembus pasar digital yang lebih luas.

Peserta juga mengalami peningkatan pengetahuan tentang Kapasitas dalam Manajemen Usaha. Selain keterampilan teknis, peserta juga memperoleh manfaat pada aspek manajerial. Pelatihan manajemen usaha yang diberikan membantu peserta memahami cara mengelola keuangan, stok bahan baku, strategi pemasaran, hingga perencanaan pengembangan usaha. Pengetahuan ini sangat penting mengingat banyak UMKM yang masih menghadapi kendala dalam manajemen internal, terutama pencatatan keuangan yang belum tertata (Yuniarti, 2021). Setelah pelatihan, peserta mulai membiasakan diri melakukan pencatatan transaksi harian, membuat laporan sederhana, dan menyusun strategi promosi berbasis media sosial. Dampaknya, usaha menjadi lebih terukur, efisien, dan siap untuk meningkatkan skala produksi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Susanto (2020) yang menekankan bahwa penguatan manajemen usaha merupakan faktor kunci dalam keberlanjutan UMKM di era digital.

Meskipun hasil program menunjukkan perkembangan positif, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi. Pertama, keterbatasan akses internet di beberapa wilayah menjadi hambatan dalam optimalisasi pemanfaatan e-commerce. Kedua, keterampilan desain menggunakan Photoshop memerlukan latihan berkelanjutan agar hasil desain semakin maksimal. Ketiga, konsistensi dalam pencatatan keuangan digital masih perlu diperkuat karena sebagian pelaku usaha cenderung kembali pada metode manual. Namun, tantangan tersebut dapat diatasi melalui pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti pemerintah daerah, perguruan tinggi, maupun komunitas wirausaha lokal. Slamet (2020) menegaskan bahwa keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat sangat bergantung pada sinergi multipihak yang mampu memberikan dukungan teknis maupun finansial.

Program ini tidak hanya berdampak pada UMKM F Kreasi, tetapi juga pada masyarakat sekitar. Keterlibatan masyarakat dalam proses produksi membuka peluang lapangan kerja baru, sehingga memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan lokal. Selain itu,

pengolahan limbah tekstil menjadi produk bernilai guna memberikan dampak positif terhadap lingkungan dengan mengurangi limbah industri garmen. Dengan demikian, pendampingan ini memberikan bukti nyata bahwa integrasi teknologi informasi dalam manajemen usaha, kemasan produk, dan strategi pemasaran dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM.

KESIMPULAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di UMKM F Kreasi Tasikmalaya berhasil menjawab permasalahan utama mitra pada aspek pemasaran dan manajemen usaha. Permasalahan terkait pemasaran tradisional yang terbatas, minimnya pemanfaatan media digital, serta keterbatasan dalam manajemen usaha, desain kemasan, dan dokumentasi keuangan ditangani melalui serangkaian solusi berupa pelatihan, simulasi, pendampingan, serta transfer teknologi tepat guna. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan mitra, terutama dalam hal digital marketing, pengelolaan media sosial, pemanfaatan e-commerce, pencatatan usaha, laporan keuangan sederhana, strategi bisnis jangka panjang, desain kemasan berbasis barcode, serta foto produk yang menarik. Evaluasi melalui kuesioner memperlihatkan mayoritas peserta memberikan respon positif, bahkan pada beberapa aspek seperti pencatatan usaha, strategi bisnis, dan desain kemasan, tingkat efektivitas pelatihan dinilai sangat tinggi. Meskipun sebagian kecil peserta masih bersikap netral atau merasa belum percaya diri pada aspek tertentu (misalnya pengelolaan website dan pembuatan barcode), hal ini menunjukkan perlunya pendampingan lanjutan agar keterampilan benar-benar terinternalisasi. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini telah berhasil memberikan dampak nyata dalam meningkatkan daya saing UMKM F Kreasi, baik di pasar lokal maupun digital, sekaligus memperkuat kapasitas mitra dalam mengelola usaha secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Kami ucapkan terimakasih kepada Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan Dana kegiatan Tahun Pendanaan 2025, Ucapkan terimakasih juga Kepada Kampus Universitas Bina Sarana Informatika yang selalu mendukung dan memfasilitasi kami dan juga terimakasih juga kepada Para Pengurus dan Anggota UMKM F Kreasi Tasikmalaya yang telah membantu dan mendukung terselenggaranya kegiatan pengabdian Masyarakat ini.

REFERENSI

- Adityawarman, R. (2020). Inovasi Kemasan Produk UMKM dan Pengaruhnya terhadap Daya Saing. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 45-54.
- Arifin, Z. (2018). Pengaruh Latihan Senam Kebugaran Jasmani (SKJ) Terhadap Tingkat Kebugaran Siswa Kelas VI Di MIN Donomulyo Kabupaten Malang. *AL-MUDARRIS*, 1(1), 22-29. Retrieved from <https://e-journal.staima-alhikam.ac.id/al-mudarris/article/view/96/91>

- Burhaein, E. (2017). Aktivitas Fisik Olahraga Untuk Pertumbuhan dan Perkembangan Siswa SD. *Indonesian Journal of Primary Education*, 51-58.
- Chaffey, D. & C. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. London: Pearson Education.
- Hendrawan, A. N. (2022). Digital marketing sebagai strategi pengembangan UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 113-125.
- Iskandar. (2012). *Psikologi Lingkungan: Teori dan Konsep*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Mardikanto, T. &. (2017). *Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik*. Bandung: Alfabeta.
- Prasetyo, A. (2020). Pendampingan masyarakat sebagai strategi pemberdayaan berbasis partisipasi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 21(3), 45-56.
- RI, K. K. (2023). *Laporan tahunan perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Rosita, D. (2021). Strategi branding untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 77-86.
- Sari, D. &. (2022). Integrasi QR Code dalam Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(1), 33-41.
- Setiadi, D. (2021). Tantangan UMKM di era digital: Analisis literasi teknologi dan strategi adaptasi. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21(3), 201-215.
- Slamet, M. (2020). Evaluasi partisipatif sebagai strategi pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 101-109.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, L. &. (2022). Pengolahan limbah tekstil sebagai produk kreatif ramah lingkungan. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 4(1), 55-66.
- Susanto, B. (2020). Strategi Manajemen UMKM di Era Digital. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(3), 201-210.
- Utami, F. &. (2020). Digitalisasi pencatatan keuangan sebagai upaya peningkatan efisiensi UMKM. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(3), 589-600.
- Wibowo, S. &. (2021). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran*, 14(2), 89-97.
- Yuniarti, E. &. (2021). Penguatan Kapasitas Manajemen UMKM dalam Pemberdayaan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 55-68.