



## PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITALISASI BISNIS DI BIDANG PEMASARAN, PRODUKSI DAN KEUANGAN UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN PADA UMKM MANISAN CARIKA DI BANJARNEGARA

Walid Rudianti<sup>1</sup>, Ghonimah Zumroatun Ainiyah<sup>2</sup>, Ratna Suryani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tamansiswa Banjarnegara

Penulis Korespondensi: Walid Rudianti (e-mail: walidrudianti90@gmail.com)

### ABSTRAK

UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai kendala terutama dalam pemasaran, produksi, dan manajemen keuangan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UD. Maju Bareng, sebuah UMKM yang memproduksi manisan carica letaknya berada di Desa Karang Sari, Dieng Kulon, Banjarnegara. Kondisi saat ini UD. Maju Bareng dalam menjalakan usahanya belum memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usahanya, seperti penjualan masih mengandalkan sistem offline, proses produksi masih konvensional, dan pencatatan keuangan dilakukan secara manual tanpa sistem yang terstruktur hal tersebut yang membuat usahanya susah untuk perkembang. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan kapasitas usaha melalui penerapan teknologi digital di bidang pemasaran, produksi, dan keuangan. Dalam melaksanakan pengabdian menggunakan Metode sebagai berikut: Sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, serta evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil memanfaatkan website dan marketplace untuk memperluas pasar, menerapkan pencatatan keuangan digital sederhana, serta meningkatkan kapasitas produksi melalui penambahan mesin cup sealer. Dampak nyata dari program ini adalah peningkatan omzet penjualan sebesar 10–15% serta peningkatan kesadaran digital pelaku usaha. Program ini membuktikan bahwa digitalisasi merupakan strategi efektif dalam mendukung keberlanjutan UMKM lokal.

**Kata kunci:** Keuangan, Omset Penjualan, Pemasaran, Produksi, Teknologi Digitalisasi.

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) make a substantial contribution to Indonesia's economy; however, they continue to face various challenges, particularly in the areas of marketing, production, and financial management. This community service program was implemented at UD. Maju Bareng, an MSME engaged in the production of carica preserves, located in Karang Sari Village, Dieng Kulon, Banjarnegara. Currently, UD. Maju Bareng has not optimally utilized digital technology in conducting its business activities. Sales are still predominantly carried out through offline channels, production processes remain conventional, and financial records are maintained manually without a structured system, which has hindered business growth. The objective of this program was to enhance business capacity through the adoption of digital technology in the fields of marketing, production, and finance. The methods employed in the implementation of this community service included socialization, training, technology implementation, mentoring, and evaluation. The results indicated that the partner successfully utilized a website and online marketplaces to expand market reach, implemented simple digital-based financial recording, and increased production capacity through the addition of a cup sealer machine. The tangible impact of this program was an*



*increase in sales turnover of 10–15%, as well as an improvement in the business owner's digital awareness. This program demonstrates that digitalization is an effective strategy for supporting the sustainability of local MSMEs.*

**Keywords:** *Finance, Sales Turnover, Marketing, Production, Digital Technology.*

## 1. PENDAHULUAN

**U**saha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama di wilayah pedesaan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), lebih dari 64 juta UMKM di Indonesia berkontribusi sekitar 60% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Namun, di balik kontribusi besar tersebut, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan struktural, terutama dalam hal akses pasar, efisiensi produksi, dan manajemen keuangan. Salah satu UMKM yang mengalami hal tersebut adalah UD. Maju Bareng, pelaku usaha minuman kemasan yang berada di Desa Karang Sari, Dieng Kulon, Batur, Banjarnegara. UMKM ini memiliki potensi besar karena didukung oleh sumber daya lokal dan lingkungan wisata yang ramai, namun belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usahanya. Penjualan masih mengandalkan sistem offline, proses produksi masih konvensional, dan pencatatan keuangan dilakukan secara manual tanpa sistem yang terstruktur. Digitalisasi bisnis menjadi solusi strategis bagi UMKM dalam menjawab tantangan tersebut. Menurut [1] transformasi digital adalah proses di mana organisasi mengadopsi teknologi digital untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan mempercepat pertumbuhan bisnis. Dalam konteks UMKM, digitalisasi dapat dilakukan melalui tiga sektor utama: 1) Digital Marketing dan Marketplace, pemanfaatan media digital seperti website dan marketplace dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Menurut [2] digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau pelanggan dengan biaya lebih rendah namun dengan efektivitas yang lebih tinggi. Marketplace juga memberikan akses ke jaringan pelanggan yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik. 2) Teknologi Produksi, Peningkatan kapasitas dan efisiensi produksi dapat dicapai dengan memanfaatkan alat bantu modern, seperti cup sealer untuk UMKM minuman kemasan. Teknologi ini tidak hanya mempercepat proses pengemasan, tetapi juga meningkatkan kualitas dan

daya saing produk. Sejalan dengan teori [3] dalam *Value Chain Analysis*, efisiensi produksi menjadi kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif. 3). Digitalisasi Keuangan, Menurut Mulyadi (2016), sistem pencatatan keuangan yang terstruktur akan memudahkan pelaku usaha dalam menganalisis kinerja usaha, merencanakan keuangan, dan memudahkan akses terhadap permodalan. Digitalisasi dalam bentuk aplikasi laporan keuangan sederhana dapat meningkatkan akurasi pencatatan, mempercepat evaluasi, dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data.

Literasi digital menjadi landasan penting dalam mengadopsi transformasi ini. [4] menyatakan bahwa literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan untuk mengintegrasikannya dalam konteks ekonomi dan sosial, termasuk dalam dunia usaha mikro. Dengan memperhatikan potensi, kendala, dan teori-teori tersebut, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mengimplementasikan teknologi digital secara terintegrasi di sektor pemasaran, produksi, dan keuangan, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan omset dan keberlanjutan usaha UMKM di Desa Karang Sari. Melalui pelatihan, pendampingan, dan bantuan alat produksi, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat perekonomian lokal berbasis teknologi.

## 2. METODE

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang melalui lima tahapan sistematis dan terintegrasi guna menyelesaikan permasalahan mitra pada tiga bidang utama, yaitu pemasaran, keuangan, dan produksi. Adapun tahapan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

### 1) Sosialisasi

Tahapan awal kegiatan dimulai dengan pelaksanaan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama mitra untuk:

- Mengidentifikasi dan memverifikasi permasalahan yang dihadapi mitra secara partisipatif.



- b. Menyepakati solusi yang relevan dan aplikatif sesuai kebutuhan mitra di bidang pemasaran (*website* dan *marketplace*), sistem keuangan, dan alat produksi.
- c. Menyusun rencana aksi dan pembagian peran antara tim pelaksana dengan mitra selama program berlangsung.

## 2) Pelatihan

Setelah permasalahan dan solusi diidentifikasi, dilakukan pelatihan sebagai proses transfer pengetahuan dan teknologi. Kegiatan pelatihan mencakup:

- a. Pelatihan pengelolaan *website* dan *marketplace*, untuk meningkatkan kapasitas digital mitra dalam bidang pemasaran.
- b. Pelatihan pencatatan keuangan usaha secara sederhana, baik berbasis manual maupun digital.
- c. Pelatihan pengoperasian dan perawatan alat produksi, untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas hasil produksi mitra.

## 3) Penerapan Teknologi

Pada tahap ini, dilakukan implementasi solusi teknologi secara langsung kepada mitra. Bentuk kegiatan meliputi:

- a. Pembangunan dan pengoperasian website serta *platform marketplace* sebagai sarana pemasaran digital.
- b. Penerapan sistem pencatatan keuangan sederhana, yang dirancang sesuai dengan kapasitas mitra dan karakteristik usaha.
- c. Penyerahan dan instalasi alat bantu produksi, seperti alat pengupas buah dan mesin cup sealer, sebagai bentuk dukungan peningkatan kapasitas produksi.

## 4) Pendampingan dan Evaluasi

Setelah proses implementasi, dilakukan kegiatan pendampingan teknis dan evaluasi kinerja terhadap hasil intervensi yang telah diberikan:

- a. Monitoring secara berkala terhadap penggunaan dan pemanfaatan teknologi serta sistem yang telah diterapkan.
- b. Evaluasi partisipatif bersama mitra, tim pelaksana, tim monev internal STIE Tamansiswa, dan tim eksternal DRPM, untuk menilai efektivitas program dan mengidentifikasi aspek yang perlu ditingkatkan.
- c. Dokumentasi hasil evaluasi akan digunakan sebagai dasar untuk penyempurnaan program di masa mendatang.

## 5) Keberlanjutan Program

Program dirancang agar memiliki dampak jangka panjang dan berkelanjutan. Strategi keberlanjutan meliputi:

- a. Meningkatkan kemandirian mitra melalui dokumentasi, panduan operasional, dan pelatihan lanjutan.
- b. Mendorong penguatan kelembagaan usaha mitra, baik dari aspek manajerial maupun teknis.
- c. Menyusun model replikasi program yang dapat diterapkan pada mitra lain di wilayah yang memiliki potensi sumber daya serupa.
- d. Menjalin kemitraan lanjutan antara mitra dan institusi untuk pengembangan usaha berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.

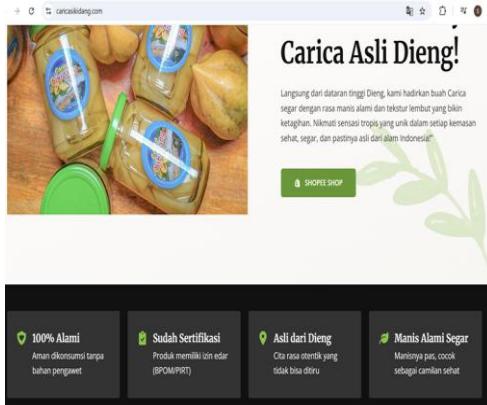
## 3. HASIL

### 1) Aspek Pemasaran

Permasalahan utama yang dihadapi oleh UD. Maju Bareng pada aspek pemasaran adalah terbatasnya jangkauan pasar akibat belum adanya media digital yang digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk manisan carica. Selama ini, pemasaran hanya dilakukan melalui outlet lokal dan secara langsung kepada konsumen, tanpa menggunakan platform digital seperti website atau marketplace.

Sebagai solusi, tim pengabdian melakukan serangkaian kegiatan, dimulai dengan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali kebutuhan dan preferensi mitra dalam pemasaran digital. Hasil diskusi tersebut menjadi dasar bagi pengembangan sebuah website usaha yang menampilkan informasi lengkap mengenai produk, harga, profil usaha, dan kontak pemesanan. Selain itu, dilakukan pendaftaran dan pelatihan penggunaan marketplace nasional seperti Shopee.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa mitra mulai memperoleh manfaat dari pemasaran digital, sebelum pelatihan, mitra cenderung ragu untuk menggunakan teknologi digital dalam penjualan. Namun setelah pelatihan, mitra menunjukkan antusiasme dan mulai menjalankan promosi mandiri secara rutin, baik melalui website maupun marketplace. Website dan *marketplace* yang dibuatkan mulai dikunjungi oleh calon konsumen dari luar daerah sehingga jangkauan pasar lebih luas. Sehingga harapannya dapat meningkatkan omzet penjualan.



Gambar. 1.1 Website penjualan

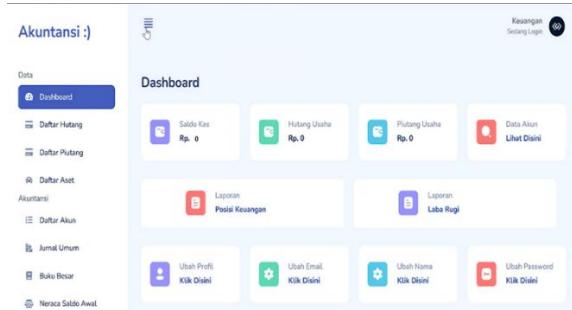
Penerapan teknologi dalam pemasaran telah menjadi faktor penting bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Penelitian yang dilakukan oleh [5]. Menemukan bahwa strategi digital marketing melalui iklan berbayar, konten visual, dan optimasi media sosial memberikan dampak besar terhadap peningkatan penjualan. Hasil pengabdian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan [6]. Menemukan bahwa pemanfaatan media digital dalam pemasaran berpengaruh signifikan terhadap omset penjualan pada pelaku usaha kue di Kota Banda Aceh.

Pengabdian ini di dukung dengan teori [7] melalui *Technology Acceptance Model (TAM)*, keberhasilan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Dalam konteks pemasaran, ketika pelanggan merasa bahwa platform digital seperti e-commerce, aplikasi, atau media sosial memberikan kemudahan dan nilai tambah, mereka akan lebih cenderung menggunakannya untuk melakukan pembelian. Hal ini secara alami mendorong peningkatan volume penjualan.

## 2) Aspek Keuangan

Permasalahan lain yang ditemukan adalah belum adanya sistem pencatatan keuangan yang rapi dan terstruktur. Sebagian besar aktivitas keuangan dilakukan tanpa pencatatan yang memadai, sehingga mitra kesulitan dalam mengevaluasi kinerja keuangan usaha dan mengambil keputusan berbasis data. Sebagai tindak lanjut, tim pelaksana menyusun template pencatatan keuangan sederhana berbasis Microsoft Excel yang mencakup unsur-unsur dasar seperti pemasukan, pengeluaran, laba rugi, dan arus kas. Template ini disesuaikan dengan kapasitas literasi mitra dan kondisi usaha mereka. Pelatihan teknis diberikan secara bertahap agar mitra dapat memahami cara mengisi data, membuat laporan keuangan bulanan, dan mengevaluasi kondisi keuangan

usaha. Setelah sistem diterapkan, mitra mulai mencatat transaksi usaha secara rutin. Dalam dua bulan pelaksanaan program, mitra telah dapat menyusun laporan keuangan sederhana yang digunakan sebagai dasar untuk menghitung keuntungan, mengelola modal kerja, dan merencanakan pembelian bahan baku.



Gambar.1.2. Sistem Laporan Keuangan

Penerapan sistem laporan keuangan memiliki peran yang sangat penting bagi perkembangan UMKM di era persaingan modern. Melalui pencatatan yang teratur, pemilik usaha dapat melihat kondisi keuangan secara lebih jelas, mulai dari arus kas, laba rugi, hingga posisi aset dan kewajiban. Menurut [8] laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi berbagai pihak dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Penelitian yang dilakukan oleh [9] menghasilkan bahwa semakin efektif (teratur, tepat waktu, dan mudah dipahami) laporan keuangan, semakin baik pencapaian kinerja usaha dalam aspek keuntungan dan pengendalian biaya.

## 3) Aspek Produksi

Proses produksi memerlukan waktu yang cukup lama, sehingga membatasi kapasitas produksi harian, sebagai bentuk intervensi, tim pengabdian memberikan bantuan alat produksi berupa mesin Cup Sealer yang dirancang untuk pengemasan produk manisan carica. Setelah penambahan alat Cup Sealer, terjadi peningkatan signifikan pada efisiensi produksi. Proses pengemasan menjadi lebih cepat dan meningkatkan kapasitas produksi harian. Mitra telah menunjukkan kemampuan untuk mengoperasikan dan merawat mesin Cup Sealer secara mandiri. Hal ini menjadi modal penting dalam menjaga keberlanjutan pemanfaatan alat dalam jangka panjang.



Gambar. 1.3 Bantuan alat produksi

Menurut [10] ini menyatakan bahwa fasilitas produksi menjadi faktor utama yang menentukan efisiensi, kualitas, dan kecepatan produksi. Fasilitas yang modern akan mengurangi waktu proses, meningkatkan kualitas produk, dan menekan biaya produksi, jadi dapat diartikan bahwa fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dalam meningkatkan omset penjualan.

Fasilitas tidak hanya dipandang sebagai sarana fisik seperti bangunan, peralatan, atau teknologi, tetapi juga mencakup segala bentuk dukungan yang membantu kelancaran operasional dan pelayanan terhadap pelanggan. Semakin baik fasilitas yang dimiliki sebuah usaha, semakin besar peluang terjadinya peningkatan aktivitas penjualan. Menurut [11] fasilitas produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan omset penjualan. Peningkatan fasilitas seperti modernisasi alat produksi dan perbaikan ruang kerja membuat proses produksi lebih cepat dan mampu meningkatkan jumlah produksi harian.

#### 4) Impact (Kebermanfaatan dan Produktivitas)

Penerapan teknologi dan inovasi memberikan manfaat strategis bagi pelaku usaha seperti UD. Maju Bareng, yang dapat dirasakan dalam beberapa aspek berikut:

##### a. Kebermanfaatan

###### a) Peningkatan Kemampuan dalam Pengelolaan Keuangan

Melalui pengenalan aplikasi pencatatan keuangan, mitra dapat lebih teratur dalam mencatat transaksi harian, memahami posisi keuangan secara real time, dan menyusun laporan usaha yang lebih akurat. Hal ini sangat membantu dalam mengontrol arus kas serta merencanakan pengembangan usaha secara finansial.

Pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan memiliki keterampilan yang lebih baik sehingga mampu meningkatkan kualitas

produk, efisiensi, dan strategi pemasaran. Hal ini berdampak pada peningkatan usaha dan omset. Menurut [12] menyatakan bahwa pelatihan adalah proses mengajarkan keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan saat ini secara efektif. Pelatihan meningkatkan kemampuan teknis, pengetahuan, dan kompetensi pelaku usaha.

###### b) Akses Pasar melalui Saluran Digital

Dengan adanya website dan akun marketplace, mitra mendapatkan peluang untuk menjangkau konsumen baru yang sebelumnya belum dapat dijangkau melalui penjualan konvensional. Kehadiran di platform digital memberikan potensi besar untuk memperluas pasar ke wilayah yang lebih luas, termasuk luar kota atau antar daerah.

###### c) Peningkatan Nilai Produk dan Identitas Merek

Kegiatan seperti pembuatan konten promosi, desain kemasan baru dengan bantuan cup sealer, serta pengelolaan media digital secara profesional berdampak langsung terhadap peningkatan citra produk. Merek usaha menjadi lebih dikenal, sehingga memudahkan membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan [13] menyatakan bahwa atribut produk merupakan inti (*core benefit*) dalam strategi pemasaran. Atribut yang tepat dapat menarik segmen pasar yang lebih luas. Dengan atribut produk yang sesuai kebutuhan pasar, konsumen lebih tertarik membeli volume transaksi naik omset meningkat.

###### d) Kontribusi terhadap Kesejahteraan Sosial-Ekonomi

Dengan meningkatnya kapasitas produksi dan penjualan, mitra berpotensi membuka lapangan pekerjaan baru bagi warga sekitar. Selain itu, peningkatan pendapatan mitra turut mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan dan inklusif.

###### e) Perubahan Pola Pikir terhadap Pemanfaatan Teknologi

Melalui proses pembelajaran dan pendampingan yang intensif, mitra mulai menyadari bahwa teknologi bukanlah sesuatu yang rumit, melainkan alat bantu yang sangat berguna untuk mempercepat, menyederhanakan, dan memperluas potensi usaha. Perubahan mindset ini penting sebagai dasar berkembangnya inovasi berkelanjutan.



## b. Produktivitas

### a) Efisiensi Operasional Usaha

Dengan pencatatan keuangan yang rapi dan terstruktur, mitra mampu mengelola pengeluaran dan pemasukan dengan lebih baik. Hal ini mendukung pengambilan keputusan yang lebih cermat, mengurangi pemborosan bahan dan biaya, serta memungkinkan penyusunan anggaran usaha yang lebih efektif.

### b) Optimalisasi Strategi Pemasaran

Pemanfaatan platform digital mempercepat proses transaksi dan memperluas jangkauan pemasaran. Mitra tidak lagi terbatas pada pasar lokal, tetapi mampu menjangkau pelanggan dari luar wilayah dengan biaya promosi yang lebih efisien namun berdampak besar terhadap volume penjualan. [14] menegaskan bahwa pemasaran digital membantu perusahaan mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan efektivitas promosi karena bersifat terukur (*measurable*). Bisnis dapat memaksimalkan keuntungan dengan biaya promosi lebih rendah tetapi hasil lebih tinggi, sehingga omset meningkat.

### c) Dorongan terhadap Kreativitas dan Inovasi Produk

Kegiatan inkubasi produk mendorong mitra untuk terus mengevaluasi dan mengembangkan kualitas produk, mengeksplorasi varian baru, serta memperhatikan estetika dan fungsi kemasan. Proses ini memperluas peluang bisnis dan menarik segmen konsumen yang lebih luas. Penelitian [15] Kreativitas dalam menciptakan variasi produk, desain unik, dan inovasi bahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan omzet UMKM. Semakin tinggi kreativitas, semakin tinggi daya tarik produk sehingga meningkatkan penjualan.

### d) Terbentuknya Jejaring Kolaboratif

Penggunaan teknologi membuka peluang bagi mitra untuk menjalin hubungan kerja sama dengan pihak lain, seperti supplier, distributor, hingga pelanggan loyal. Hubungan ini memperlancar alur distribusi produk, menciptakan sinergi, dan mendukung pertumbuhan usaha secara lebih terpadu. Menurut [16] menyatakan bahwa perusahaan perlu membuka diri pada

kolaborasi eksternal untuk mempercepat inovasi dan pertumbuhan.

## 4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM UD. Maju Bareng di Desa Karang Sari telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas usaha melalui pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan ini terbukti mampu menjawab tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM, khususnya dalam hal pemasaran, efisiensi produksi, dan pengelolaan keuangan. Dari sisi pemasaran, pelatihan dan pendampingan pembuatan website serta akun marketplace telah membuka akses baru bagi mitra untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada penjualan lokal tetapi juga secara daring (online). Mitra mulai memahami pentingnya branding digital dan strategi pemasaran berbasis konten.

Dalam aspek produksi, bantuan alat berupa cup sealer terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas produksi dan profesionalisme kemasan, yang berdampak pada peningkatan nilai jual produk. Mitra juga menunjukkan peningkatan pemahaman terkait perawatan alat dan efisiensi proses produksi. Sementara itu, di bidang keuangan, pengenalan dan penggunaan aplikasi laporan keuangan sederhana mendorong mitra untuk mulai mencatat transaksi usaha secara terstruktur. Hal ini memberikan dasar bagi mitra untuk memahami kondisi keuangan usaha dan merencanakan pengembangan bisnis dengan lebih baik. Selain menghasilkan luaran teknologi baik *hard product* (website, marketplace, alat, kemasan baru) maupun *soft product* (pelatihan, modul, inkubasi produk), program ini juga memberikan dampak sosial-ekonomi, seperti peningkatan omzet penjualan, daya saing usaha, dan kesadaran digital masyarakat. Secara keseluruhan, program ini berhasil mendorong transformasi UMKM menuju usaha yang lebih adaptif, digital, dan berdaya saing. Mitra tidak hanya menerima manfaat langsung dari teknologi yang diterapkan, tetapi juga mengalami perubahan pola pikir dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara modern dan berkelanjutan.



## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi atas dukungan dan Pendanaan yang diberikan melalui Program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat. Tim Pengabdian juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan program ini, termasuk mitra masyarakat, institusi terkait, serta semua pihak yang berkontribusi dalam bentuk tenaga, waktu, maupun pemikiran. Semoga kerja sama dan dukungan ini dapat terus terjalin demi peningkatan kualitas pengabdian kepada masyarakat di masa mendatang.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Kotler P, Keller KL. *Marketing management*. 15th ed. Harlow: Pearson Education Limited; 2016.
- [2]. Strauss J, Frost R. *E-marketing*. 7th ed. Upper Saddle River (NJ): Pearson Education; 2014.
- [3]. Porter ME. *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press; 1985.
- [4]. UNESCO. *Digital literacy: a UNESCO global framework*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; 2021.
- [5]. Sari M, Lestari D. Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan omzet penjualan pada bisnis fashion online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 2021;8(2):115–124.
- [6]. Anggraini I, Aprilia SW, Razak A, Amrusi A, Mustafa A. Pengaruh digital marketing terhadap omzet penjualan pada pelaku usaha kue di Kota Banda Aceh. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 2023;9(1):60–66.
- [7]. Davis FD. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*. 1989;13(3):319–340.
- [8]. Harahap SS. *Analisis kritis atas laporan keuangan*. 11th ed. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada; 2011.
- [9]. Febriyanti, Suhendi. Pengaruh efektivitas laporan keuangan dan kualitas laporan keuangan terhadap kinerja UMKM. *Jurnal eCo-Fin*. 2025;7(2).
- [10]. Heizer J, Render B. *Operations management*. 11th ed. Boston: Pearson Education; 2015.
- [11]. Rahmawati N. Pengaruh fasilitas produksi terhadap peningkatan omset penjualan pada UMKM sektor makanan di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2019;8(2):115–124.
- [12]. Dessler G. *Manajemen sumber daya manusia*. 14th ed. Jakarta: Salemba Empat; 2015.
- [13]. Armstrong G, Kotler P. *Marketing: an introduction*. 12th ed. Harlow: Pearson Education; 2015.
- [14]. van der Geer J, Hanraads JA, Lupton RA. The art of writing a scientific article. *Journal of Science Communication*. 2000;16(3):51–59.
- [15]. Wahyuni S. Pengaruh kreativitas produk terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kota Malang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2018;12(2):115–123.
- [16]. Chesbrough HW. *Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology*. Boston: Harvard Business School Press; 2003.