



Langkah Praktis Menuju Persaingan Bisnis yang Lebih Sehat Melalui Digitalisasi UMKM Kelurahan Benda, Kota Tangerang

Practical Steps Towards Healthier Business Competition Through Digitalization of MSMEs Benda Village, Tangerang City

Cahyani Kurniastuti¹, Priyo Susilo², Ismayudin Yuliyzar³, Putra Pratama⁴,
Suparman⁵

¹²³⁴⁵ Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia

Email: cahyani@umt.ac.id

Article History:

Received: Agustus 01, 2024;

Revised: Agustus 15, 2024;

Accepted: September 01, 2024;

Online available: September 04, 2024;

Keywords: MSMEs, digitalization, business competition, Benda Village, Tangerang.

Abstract: The aim of implementing community service in Benda sub-district is to support business actors in promoting SME products in Benda sub-district, Tangerang-Banten City. This activity began with a preparation and field survey stage, which involved direct discussions with the village administrators and village officials of Benda Subdistrict to identify the needs, opportunities and challenges faced by SME business actors. Next, the service team carries out the socialization and training stage, which includes five important aspects: (1) how to create attractive products, (2) choosing a strategic location, (3) practice of creating easy promotional content on social media, (4) distribution strategy products to reach customers, and (5) online marketing. This activity aims to produce SMEs in Benda sub-district, especially home-based businesses, who have an entrepreneurial spirit so they are able to create good marketing strategies. This research aims to optimize the application of digitalization to MSMEs in Benda Subdistrict, Tangerang City, in order to strengthen their position in increasingly dynamic business competition. Through Community Service with seminars and workshops held to provide motivation and marketing strategies as well as introduce digital technology in MSME business operations. The results show a significant increase in MSMEs' abilities and understanding of marketing strategies and the use of digital technology to face healthy competition.

Abstrak

Tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di kelurahan Benda ini adalah untuk mendukung para pelaku usaha dalam mempromosikan produk UKM di kelurahan benda, Kecamatan benda, Kota Tangerang-Banten. Kegiatan ini dimulai dengan tahap persiapan dan survei lapangan, yang melibatkan diskusi langsung dengan pengurus dan perangkat desa Kelurahan Benda guna mengidentifikasi kebutuhan, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha UKM. Selanjutnya, tim pengabdian melaksanakan tahap sosialisasi dan pelatihan, yang mencakup lima aspek penting: (1) cara membuat produk yang menarik, (2) pemilihan lokasi strategis, (3) praktik pembuatan konten promosi yang mudah di media sosial, (4) strategi distribusi produk agar sampai ke pelanggan, dan (5) pemasaran online. Kegiatan ini bertujuan untuk menghasilkan pelaku UKM di kelurahan Benda khususnya pelaku usaha rumahan, yang memiliki jiwa wirausaha (*entrepreneur*) agar mampu membuat strategi pemasaran dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan penerapan digitalisasi pada UMKM di Kelurahan Benda, Kota Tangerang, guna memperkuat posisi mereka dalam persaingan bisnis yang semakin dinamis. Melalui Pengabdian Masyarakat dengan seminar dan workshop yang dilakukan untuk memberikan motivasi dan strategi pemasaran serta memperkenalkan teknologi digital dalam operasional bisnis UMKM. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan dan pemahaman UMKM terhadap strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital untuk menghadapi persaingan yang sehat.

Kata Kunci: UMKM, digitalisasi, persaingan bisnis, Kelurahan Benda, Tangerang.

1. PENDAHULUAN

Benda merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Benda, Kota Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia. Kelurahan ini terdiri dari 31 rukun tetangga dan 8 rukun warga. Benda dikenal sebagai pintu gerbang Indonesia karena di kecamatan ini terdapat Bandara Internasional Soekarno-Hatta, salah satu bandara tersibuk di Asia. Sebagian besar wilayah Benda merupakan area bandara, sehingga menjadikan Benda sebagai wilayah yang istimewa. Benda berbatasan dengan Kecamatan Kosambi di utara, Batuceper di selatan, Neglasari di barat, dan Kecamatan Kalideres, DKI Jakarta di timur. Benda merupakan sebuah kelurahan di kecamatan Benda Kota Tangerang, Provinsi Banten, di mana hampir seluruh wilayah Bandara Internasional Soekarno-Hatta berada di dalamnya. Karena letaknya yang dekat dengan bandara maka tidak heran jika jumlah hotel di kelurahan Benda paling banyak diantara kelurahan yang ada di Wilayah Kerja Kecamatan Benda yaitu :

1. Kelurahan Benda
2. Kelurahan Jurumudi
3. Kelurahan Jurumudi Baru
4. Kelurahan Belendung
5. Kelurahan Pajang

No	Uraian	Tahun										Satuan	Sumber Data	Akses	Waktu Release
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024				
66	Jumlah Hotel di Kecamatan Benda	-	-	-	-	51	29	32	32	32	32	Unit		Terbuka	tahunan
66.1	Kelurahan Benda	-	-	-	-	45	23	25	25	25	25	Unit		Terbuka	tahunan
66.2	Kelurahan Jurumudi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	Unit		Terbuka	tahunan
66.3	Kelurahan Jurumudi Baru	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Unit		Terbuka	tahunan
66.4	Kelurahan Belendung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Unit		Terbuka	tahunan
66.5	Kelurahan Pajang	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	Unit		Terbuka	tahunan

Gambar 1.1. Jumlah hotel di Kecamatan Benda

Dengan banyaknya hotel yang ada di Kelurahan Benda membuka peluang usaha bagi masyarakat di kelurahan Benda untuk memasarkan produk hasil usahanya ke hotel, namun menurut keterangan Lurah Benda, Bapak Ahmad Surury Muhfidz, S, AP sangat disayangkan bahwa warga masyarakat di kelurahan Benda belum bisa memasarkan produknya di hotel yang ada di kawasan kelurahan Benda. Setelah di analisa bahwa hal tersebut karena adanya persaingan usaha yang datang dari kawasan di luar kelurahan Benda dan kurangnya pengetahuan masyarakat dalam membuat produk yang berkualitas dan kemasan yang menarik. Di samping memberikan motivasi dalam berwirausaha para nara sumber memberikan strategi pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi teknologi informasi yang sedang berkembang. Digitalisasi merupakan salah satu kunci utama dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era industri 4.0. UMKM di Indonesia, khususnya di

daerah-daerah seperti Kelurahan Benda, Kota Tangerang, perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi ini agar mampu bertahan dan berkembang. Namun, masih banyak UMKM di kelurahan Benda yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, baik karena keterbatasan pengetahuan maupun akses terhadap teknologi. Kewirausahaan adalah istilah yang sepadan dengan entrepreneurship dalam bahasa Inggris, unternehmer dalam bahasa Jerman, dan ondernemen dalam bahasa Belanda, yang di Indonesia dikenal sebagai kewirausahaan. Menurut Zimmerer (dalam Daryanto, 2012), kewirausahaan adalah hasil dari disiplin dan proses sistematis yang melibatkan penerapan kreativitas dan inovasi untuk memenuhi kebutuhan serta peluang pasar. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) atau MSMEs (*Micro, Small, and Medium Enterprises*) berfokus pada peran penting yang dimainkan oleh bisnis kecil dalam perekonomian suatu negara. Ada beberapa teori dan konsep kunci yang membantu memahami peran dan perkembangan UMKM dalam konteks ekonomi. Dalam teori Skala Ekonomi (*Economies of Scale*) menjelaskan bahwa perusahaan besar cenderung memiliki keunggulan kompetitif karena mereka dapat memproduksi dalam skala besar dengan biaya per unit yang lebih rendah. Namun, UMKM sering kali lebih fleksibel dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang lebih cepat dibandingkan perusahaan besar. Dalam banyak kasus, UMKM mengandalkan skala ekonomi yang lebih kecil tetapi dengan efisiensi operasional yang tinggi. Menurut Schumpeter menekankan pentingnya inovasi sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks UMKM, Schumpeter mengidentifikasi wirausaha sebagai agen perubahan yang memicu "kreatif destruksi" (*creative destruction*), yaitu proses di mana inovasi yang dihasilkan oleh wirausaha dapat menggantikan produk atau proses yang lama dengan yang baru, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi. Sedangkan di dalam teori Lingkaran Ekonomi (*Economic Circles Theory*) menekankan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam memutar roda perekonomian lokal. Dengan menghasilkan dan mendistribusikan barang atau jasa secara lokal, UMKM membantu menjaga uang tetap beredar dalam komunitas, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal. Teori persaingan bisnis mencakup berbagai konsep dan model yang digunakan untuk memahami bagaimana perusahaan bersaing di pasar. Teori Sumber Daya Berbasis Pandangan (*Resource-Based View*). Teori ini menekankan pentingnya sumber daya dan kapabilitas unik perusahaan sebagai basis untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sumber daya yang berharga, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan (VRIN) menjadi kunci kesuksesan. Digunakan untuk menilai bagaimana perusahaan dapat membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya internalnya.

Michael Porter mengembangkan teori keunggulan kompetitif yang menjelaskan bagaimana perusahaan dapat mencapai keunggulan di pasar. Bagi UMKM, teori ini menekankan pentingnya fokus pada keunikan, kualitas produk, dan strategi diferensiasi untuk bersaing di pasar yang lebih luas, bahkan ketika mereka mungkin tidak memiliki sumber daya sebesar perusahaan besar.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan seminar dan workshop Langkah Praktis Menuju Persaingan Bisnis Yang Lebih Sehat Melalui Digitalisasi UMKM Kelurahan Benda, Kota Tangerang ini dilaksanakan pada hari Selasa 13 Agustus 2024 di mulai dengan tahap persiapan Studi Pendahuluan, Penyusunan Tujuan dan Sasaran, Sosialisasi dan Pendaftaran, Pengembangan Materi seminar Monitoring dan Evaluasi. Data lapangan didapatkan dengan cara melakukan tinjauan langsung ke masyarakat kelurahan Benda dan wawancara dengan Lurah Benda Bapak Ahmad Surury Muhfidz, S, AP, Ibu Endang penggerak kelompok PKK kelurahan Benda, Bapak Anton Fathoni selaku Kepala seksi tata pemerintahan serta Bapak Syukur Yakub, SH selaku sekretaris lurah,

Pendekatan yang digunakan dalam program ini meliputi:



Gambar 1.2. Diagram alir pelaksanaan kegiatan

1. Studi Pendahuluan: Melakukan survei dan studi literatur untuk memahami kondisi di lingkungan masyarakat kelurahan Benda dan melakukan analisis kebutuhan untuk memahami tingkat kesiapan digitalisasi UMKM di Kelurahan Benda.
2. Penyusunan Tujuan dan Sasaran: Menetapkan tujuan dan sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Sasaran harus dapat diukur sehingga kemajuan dan hasil kegiatan dapat dievaluasi dengan baik
3. Sosialisasi dan Pendaftaran: Informasi tentang pelatihan disosialisasikan melalui komunikasi dengan pihak kelurahan Benda dan masyarakat sekitarnya
4. Pengembangan Materi: Membuat materi seminar yang memotivasi para UMKM dan menyoroti digitalisasi pemasaran. Menyusun program pelatihan yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta, mencakup topik seperti manajemen digital, pemasaran online, dan pemanfaatan e-commerce
5. Seminar dan Pelatihan: Mengadakan workshop dan pelatihan diikuti oleh pelaku

UMKM dari sejumlah RT dan RW yang ada di kelurahan Benda Tangerang. Memberikan pendampingan langsung kepada UMKM dalam mengaplikasikan teknologi digital ke dalam operasional sehari-hari, serta membantu mereka menyusun strategi digital yang efektif

6. Monitoring dan Evaluasi: Melakukan pemantauan terhadap perkembangan pengetahuan UMKM dan digitalisasi pemasaran

3. HASIL

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menjawab tantangan tersebut dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM lokal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka.



Gambar 1.3. Kegiatan analisis lingkungan masyarakat kelurahan Benda

Kegiatan yang pertama adalah menganalisa lingkungan eksternal dan internal Kelurahan Benda dengan mengamati langsung kawasan kelurahan Benda Yang letaknya Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Batuceper, Kelurahan Selapajang dan Kelurahan Neglasari. Sebelah timur dengan Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres DKI Jakarta, tapal batas beton. Sebelah selatan dengan Kecamatan Batujaya Kecamatan Batuceper Kota Tangerang tanda batas Jl. Adisucipto. Sebelah utara dengan Desa Jatimulya Kecamatan Kosambi Kabupaten Tangerang, tapal batas beton. Kegiatan analisa ini dilakukan dengan wawancara dengan Lurah benda Bapak Ahmad Surury Muhfidz, S, AP, Ibu Endang penggerak kelompok PKK kelurahan Benda, Bapak Anton Fathoni selaku Kepala seksi tata pemerintahan serta Bapak Syukur Yakub, SH selaku sekretaris lurah,

Hasil dari wawancara dan observasi mendapatkan informasi kekuatan dan peluang yang ada di kelurahan Benda sangat baik yaitu dengan posisinya yang dekat dengan bandara Soekarno Hatta dan adanya jumlah hotel terbanyak di antara kelurahan lain yang ada di kecamatan Benda. Untuk sarana perdagangan di Kecamatan Benda terdapat 11 Pasar dengan Bangunan Permanen, 877 Warung , Toko, 32 Toserba, Swalayan, 56 Restoran, Rumah Makan, 945 Kios Viocer, 92 Bengkel Motor, Mobil dan 3 buah Pom Bensin. Jumlah fasilitas perdagangan di kecamatan Benda didominasi oleh Kios yaitu sebanyak 945. Pasar yang ada di kecamatan Benda berada di kelurahan Benda dan Jurumudi Baru. Kelemahan yang ditemukan adalah para wirausaha yang ada di kelurahan Benda belum bisa memasarkan produknya di hotel yang ada di kawasan kelurahan Benda. karena kurangnya pengetahuan masyarakat dalam membuat produk yang berkualitas dan kemasan yang menarik. Di samping itu masyarakat belum mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka.

Dari hasil analisa tersebut maka dibuatlah kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Langkah Praktis Menuju Persaingan Bisnis Yang Lebih Sehat Melalui Digitalisasi UMKM Kelurahan Benda, Kota Tangerang. Para narasumber terdiri dari dosen Manajemen Pemasaran, Dosen Manajemen Strategi, Dosen Digital Marketing, serta Dosen Pasca sarjana Universitas Muhammadiyah Tangerang.



Gambar 1.4. Para pemateri seminar Digitalisasi UMKM



Gambar 1.5. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

4. DISKUSI

I. Membangkitkan dan meningkatkan motivasi UMKM

Sebagai pelaku UMKM atau pemilik bisnis, setiap harinya pasti akan menghadapi tantangan dan sering kali pelaku UMKM merasa tidak mampu atau takut untuk menyelesaikan tantangan tersebut. Ketika pelaku UMKM mengalami kesulitan, terkadang akan tidak fokus dalam menjalankan usaha dikarenakan tidak lagi semangat dan termotivasi untuk mengembangkan usaha. Tetapi hal tersebut tidak boleh dibiarkan secara terus-menerus karena dapat menghancurkan usaha UMKM untuk kedepannya. Maka perlu mencari bagaimana caranya agar pelaku UMKM tetap semangat menjalani usaha dan juga tetap termotivasi. Dalam kegiatan tersebut narasumber menjelaskan tiga prinsip penting dalam kegiatan usaha yaitu:

1. Fokus
2. Diferensiasi Produk/Usaha
3. Customer Satisfaction

QCFID Idea

Quality : Kualitas barang maupun jasa yang kita hasilkan harus semakin baik dan hal ini dapat dilakukan jika pelaku usaha selalu melakukan benchmarking.

Cost : Biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha harus senantiasa efisien dengan pengendalian yang proporsional.

Flexibility : Barang dan jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha harus flexible and compatible. Pelaku usaha harus inovatif dalam memproduksi barang maupun jasa yang dipasarkan. Hal ini memerlukan perencanaan riset dan pengembangan yang dilakukan secara terus menerus (*continuous research and development activity*).

Delivery : Penyerahan produk yang dihasilkan kepada konsumen harus dilakukan secara lebih cepat dan lebih akurat dari para pesaing dalam bisnis yang dijalankan.

II. Membuat Desain Kemasan Yang Menarik

Kunci utama dalam merancang desain kemasan produk yang efektif adalah kemasan tersebut harus sederhana, fungsional, dan mampu menciptakan respons emosional positif yang secara tidak langsung memotivasi konsumen untuk membeli. Selain itu, kemasan juga perlu menarik perhatian secara visual, emosional, dan rasional. Desain kemasan yang baik harus menambah nilai produk yang dikemasnya. Berdasarkan penelitian, 80% dari seluruh aktivitas sensorik manusia melibatkan penglihatan. Oleh karena itu, elemen grafis seperti warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf, dan tata letak memegang peran penting dalam penyampaian komunikasi visual. Untuk sukses, penampilan kemasan harus memiliki daya tarik yang dapat diklasifikasikan menjadi dua: daya tarik visual (estetika) dan daya tarik praktis (fungsional).



**Gambar 1.6. Diskusi dan tanya jawab pemecahan masalah yang dihadapi
UMKM Kelurahan Benda**

III. Peran Penting Digitalisasi UMKM

1. Meningkatkan Daya Saing

Digitalisasi mampu meningkatkan daya saing UMKM dengan memperluas jangkauan pasar. Selain itu juga menawarkan layanan yang lebih efisien dan mengikuti trend teknologi terbaru.

2. Memperluas akses pasar

Salah satu keuntungan digitalisasi adalah memungkinkan UMKM untuk mencapai pasar yang lebih luas. Melalui toko online atau keberadaan di platform e-commerce, UMKM dapat menjual produk tidak hanya di tingkat lokal atau regional tetapi secara nasional atau internasional.

3. Meningkatkan efisiensi Operasional

Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengotomasikan banyak proses operasional. Penggunaan perangkat lunak dan teknologi digital dapat membantu pelaku UMKM menghemat waktu dan biaya serta mengurangi kesalahan manusia.

4. Memperkuat hubungan dengan pelanggan

Interaksi melalui media sosial juga menjadi lebih mudah, sehingga dapat lebih dekat secara personal dengan pelanggan. Selain itu juga memudahkan dalam menerima umpan balik yang berharga untuk meningkatkan produk dan layanan

5. Memperluas akses pasar

Salah satu keuntungan digitalisasi adalah memungkinkan pelaku UMKM untuk mencapai pasar yang lebih luas. Melalui toko online atau keberadaan di platform e-commerce, UMKM dapat menjual produk tidak hanya di tingkat lokal atau regional tetapi secara nasional atau

internasional.

6. Mendorong inovasi produk dan layanan

Digitalisasi memberikan akses kepada UMKM untuk informasi pasar yang lebih baik melalui analisis data dan umpan balik pelanggan. Dampaknya, respon terhadap tren pasar jadi lebih cepat. Sehingga pengembangan produk dan layanan juga dapat lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

IV. Pemasaran Digital

Dalam strategi memasarkan produk, masyarakat UMKM diberikan pengenalan dan cara membuat video marketing



Hasil dari pelaksanaan kegiatan seminar dan workshop ini menunjukkan bahwa para peserta mendapatkan berbagai manfaat, seperti peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat kelurahan Benda mengenai pentingnya membangun motivasi dan semangat kewirausahaan dalam kelompok usaha kecil menengah. Program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital UMKM di Kelurahan Benda. Para peserta UMKM yang mengikuti program ini menunjukkan antusiasisme dan kemajuan dalam pemahaman mereka tentang pentingnya teknologi digital, serta mampu menerapkannya dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Peningkatan penggunaan platform

digital untuk pemasaran dan penjualan dapat dilihat dari kenaikan jumlah pelanggan dan volume penjualan. Diharapkan, kegiatan seminar dan workshop ini dapat menjadi sarana pemberdayaan bagi masyarakat dalam mengembangkan usahanya dan siap menghadapi persaingan produk yang serupa dengan keunggulan yang berbeda.

5. KESIMPULAN

Digitalisasi merupakan faktor penting yang dapat membantu UMKM bersaing secara efektif dalam pasar yang kompetitif. Program pengabdian ini telah memberikan kontribusi yang berarti dalam memperkuat kapasitas digital UMKM di Kelurahan Benda, Kota Tangerang. Dengan adanya dukungan yang berkelanjutan, UMKM diharapkan dapat terus tumbuh dan menjadi lebih kompetitif di masa depan. Para peserta UMKM menunjukkan antusiasme yang tinggi dan mampu berkomunikasi atau berinteraksi dengan baik dengan para narasumber. Mereka bersemangat dan antusias selama mengikuti kegiatan seminar dan workshop karena mendapatkan materi yang dapat menambah wawasan dan motivasi dalam berwirausaha untuk mengembangkan usaha mereka. Selain itu, kegiatan ini juga membantu para pelaku usaha dalam memecahkan berbagai permasalahan yang mereka hadapi. Pengabdian kepada masyarakat ini sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha dalam memberikan dukungan yang diperlukan.

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami selaku tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah menghaturkan Terima kasih kepada Lurah Benda Bapak Ahmad Surury Muhfidz, S, AP, Bapak Anton Fathoni selaku Kepala seksi tata pemerintahan serta Bapak Syukur Yakub, SH selaku sekretaris Lurah Benda yang telah membukakan pintu selebar-lebarnya dan memberikan ijin kepada kami untuk melakukan Seminar dan Workshop. Selain itu kami juga diberikan informasi yang selengkap-lengkapnyanya tentang kondisi lingkungan masyarakat Kelurahan Benda. Tak lupa ucapan terima kasih kami tujukan kepada para peserta seminar dan workshop pelaku usaha UMKM di kawasan kelurahan Benda serta berbagai pihak yang telah membantu pelaksanaan Seminar dan workshop Digital pemasaran, Langkah Praktis Menuju Persaingan Bisnis Yang Lebih Sehat Melalui Digitalisasi UMKM Kelurahan Benda, Kota Tangerang

7. DAFTAR REFERENSI

- <https://satudata.tangerangkota.go.id/dataset/aVYvbnRObmZSVlJwVDFORVdNSFRiQT09/jumlah-hotel-di-kecamatan-benda>
- https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Benda,_Benda,_Tangerang
- Zimmerer, Scarborough & Wilson, 2008, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Buku 1, (Alih bahasa: Deny Arnos K dan Fitriasari, Salemba Empat, Jakarta
- Peraturan Pemerintah tentang Pengembangan UMKM.
 - Jurnal tentang Implementasi Teknologi Digital pada UMKM di Indonesia.
 - Laporan tahunan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang.
- Jurnal ini juga dapat menjadi inspirasi untuk inisiatif pengabdian masyarakat lain yang fokus pada pengembangan UMKM melalui digitalisasi.
- Tambunan, Tulus. (2019). *Development of MSMEs in ASEAN*. New York: ADBI Press.
- OECD. (2021). *OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship: Entrepreneurship Policies through a Gender Lens*. Paris: OECD Publishing.
- World Bank. (2020). *MSME Finance Gap: Assessment of the Shortfalls and Opportunities in Financing Micro, Small, and Medium Enterprises in Emerging Markets*. Washington, DC: The World Bank Group.
- Nugroho, Heru & Santoso, Iskandar. (2022). *UMKM di Era Digital: Transformasi dan Adaptasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indonesia Ministry of Cooperatives and SMEs. (2022). *Annual Report on MSMEs Development*. Jakarta: Ministry of Cooperatives and SMEs.
- Rothaermel, Frank T. (2021). *Strategic Management: Concepts and Cases*, 5th Edition. New York: McGraw-Hill Education.
- <https://satudata.tangerangkota.go.id/dataset/aVYvbnRObmZSVlJwVDFORVdNSFRiQT09/jumlah-hotel-di-kecamatan-benda>
- Handayani, L., Indriyani, A., Wahid, F. S., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2022). Strategi Pemasaran dengan Kemasan Kekinian pada Rencana Bisnis UMKM Desa Cigadung. *Profesional Jurnal Abdimas*.
- Syaifulloh, M., Riono, S. B., Indriyani, A., & Utami, S. N. (2021). Pemanfaatan Pemasaran Online Penjualan Telur Asin di Kabupaten Brebes. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 3(1), 51–58.
- McGrath, R. G. & MacMillan, I. C. *The entrepreneurial mindset : strategis for countinuosly creating opportunity in an age of uncertainty*. Boston, Mass.: Harvard Business School Press (2000)