

Pendampingan UMKM: Meningkatkan Daya Saing Dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Bintang Emas di Desa Kasengan, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep

MSME Assistance: Increasing Competitiveness and Innovation in the Digital Era for Gold Star MSMEs in Kasengan Village, Manding District, Sumenep Regency

Moh. Kurdi, Dina Arifatun Nisa, Unsilatur Rahmah, Dewi Intan Andini, Riana Suci Ardianty, Muhammad Amir, Mohammad Ahsani Taqwim, Ary Wahyudi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja

Alamat : Jl. Raya Pamekasan - Sumenep No.KM. 05, Panitian Utara, Patean, Kec. Batuan, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur 69451

Korespodensi email : mkurdi@wiraraja.ac.id

Abstract: *The SME assistance program entitled "SME Assistance: Enhancing Competitiveness and Innovation in the Digital Era for Bintang Emas SMEs in Kasengan Village, Manding Subdistrict, Sumenep Regency" was implemented from March 1, 2024, to May 31, 2024. This program aims to enhance digital capacity, product innovation, and modern marketing strategies for Bintang Emas SMEs. Through digital marketing training, product innovation workshops, and technical assistance, participants learn to utilize digital technology and e-commerce platforms to enhance the visibility and sales of their products, including the flagship product of cassava chips. The results showed a 25% increase in sales in the first three months, an improvement in product variety and quality, as well as an enhancement in business and financial management skills. This program also successfully fostered a spirit of mutual cooperation and collaboration in the local community and strengthened the relationship between SMEs and the surrounding community. With these achievements, it is hoped that Bintang Emas SMEs will continue to innovate and adapt to market changes, providing sustainable benefits to the local economy and the welfare of the local community.*

Keywords: *SMEs, Innovation, Digital Era, Digital Marketing, E-commerce*

Abstrak: Program pendampingan UMKM bertajuk "Pendampingan UMKM: Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi di Era Digital pada UMKM Bintang Emas di Desa Kasengan, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep" dilaksanakan dari tanggal 1 Maret 2024 hingga 31 Mei 2024. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital, inovasi produk, dan strategi pemasaran modern bagi UMKM Bintang Emas. Melalui pelatihan digital marketing, workshop inovasi produk, dan pendampingan teknis, para peserta belajar memanfaatkan teknologi digital dan platform e-commerce untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka, termasuk produk unggulan keripik singkong. Hasilnya menunjukkan peningkatan penjualan sebesar 25% dalam tiga bulan pertama, peningkatan variasi dan kualitas produk, serta peningkatan keterampilan manajemen bisnis dan keuangan. Program ini juga berhasil mendorong semangat gotong royong dan kerjasama di komunitas lokal serta memperkuat hubungan antara UMKM dan masyarakat sekitar. Dengan pencapaian ini, UMKM Bintang Emas diharapkan mampu terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar, memberikan manfaat berkelanjutan bagi perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Kata Kunci: UMKM, Inovasi, Era Digital, Digital Marketing, E-commerce

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha yang memiliki peran penting terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. UMKM memberikan kontribusi yang sangat penting dalam memperbanyak lapangan pekerjaan, pemerataan terhadap pendapatan dan tatanan dalam social perekonomian masyarakat. Peran UMKM dalam mendukung

perekonomian nasional, secara strategis memiliki potensi yang sangat besar dalam menggerakkan aktivitas perekonomian masyarakat sekaligus menjadi sumber penghidupan sebagian rakyat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam memulihkan perekonomian nasional, pada saat sekarang ini PDB Indonesia memiliki 64,2 juta UMKM yang berkontribusi sebesar 61%. Terdapat 119,6 juta orang yang memperoleh pekerjaan dari pelaku UMKM dengan persentase 97% yang diserap. Akan tetapi, masih 17,5 juta UMKM yang terdaftar dalam ekosistem digital dan memanfaatkan *e-commerce*. Hasil survei OVO dan CORE Indonesia 2021 menunjukkan 84% UMKM merasa sangat terbantu dengan adanya fasilitas transaksi digital atau *e-wallet* selama *covid-19*. Bahkan sampai 70% mengalami peningkatan pendapatan harian sejak memakai layanan transaksi keuangan digital, 68% mendapatkan keluasaan akses layanan keuangan, 71% memiliki catatan transaksi penjualan yang lebih terarah, dan 51% mengakui bahwa mereka lebih memahami teknologi dalam mempertahankan usaha yang dimilikinya. Digitalisasi telah menopang program yang meningkatkan inklusi keuangan, khususnya bagi UMKM.

Pengembangan usaha mikro dan kecil Usaha Menengah (UMKM) diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang semakin berbasis pada ilmu pengetahuan dan teknologi dan diberdayakan kompetitif dengan produk impor, terutama di menyediakan barang dan jasa yang diperlukan masyarakat sehingga mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perubahan struktural dan memperkuat ekonomi domestik. Pengembangan UMKM dilaksanakan melalui peningkatan penguatan kompetensi kewirausahaan dan peningkatan produktivitas didukung oleh upaya untuk meningkatkan adaptasi untuk kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi dalam iklim bisnis yang sehat.

Inovasi bisnis sangat penting untuk meningkatkan daya saing pada pertumbuhan Usaha Menengah (UMKM) di era digital. Transformasi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai industri, termasuk UMKM, dan telah mendorong munculnya model dan peluang bisnis baru. Platform *e-commerce* dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan mereka. Sebuah studi di Indonesia menemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM menerima *e-commerce* dan mengakui pentingnya *e-commerce* dalam pengembangan bisnis.

UMKM harus memprioritaskan inovasi pemasaran, Menggabungkan metode pemasaran offline dan online dapat menjadi strategi bertahan yang efektif bagi UMKM. UMKM dapat mengambil manfaat dari strategi pemasaran digital seperti membuat akun bisnis, mempromosikan produk melalui media sosial, berkolaborasi dengan influencer, dan menggunakan email marketing. Strategi-strategi ini dapat membantu UMKM meningkatkan

pangsa pasar, mengurangi biaya pemasaran, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

UMKM dapat tumbuh lebih cepat dengan berpartisipasi dalam ekonomi digital dan memanfaatkan teknologi dalam operasi bisnis mereka, seperti market place, media sosial, dan platform seluler. Pertumbuhan ini dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan, kesempatan kerja, dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

Salah satu aspek yang sangat penting yaitu penggunaan digital marketing dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. Demikian pula, inovasi produk berperan secara signifikan dalam mempengaruhi entrepreneurial marketing dalam daya saing UMKM. Dukungan pemerintah memiliki peran yang sangat penting seperti kebijakan pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM. Mentoring dan pelatihan juga berperan penting dalam pembangunan UMKM. Misalnya, program pelatihan internet marketing terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, bantuan internal Pengenalan dan pengembangan diri pelaku UMKM juga berdampak positif terhadap pengetahuan dan sikap, yang tercermin dalam perencanaan dan komitmen untuk pengembangan diri. Dengan memanfaatkan berbagai model pendampingan, dukungan pemerintah, inovasi produk, dan menerapkan strategi pemasaran digital, UMKM dapat terus mengembangkan dan bersaing secara efektif di era digital saat ini. Dengan demikian, upaya pengembangan model pendampingan bagi UMKM yang berbasis inkubator usaha menjadi sangat relevan meningkatkan daya saing UMKM di era digital (Antoni & Karlin, 2021).

Masalah yang sering dihadapi oleh usaha kecil atau industri sebagian besar adalah sumber daya modal, tenaga kerja, bahan baku dan pemasaran. Modal sebagai dana yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan produksi sangat penting dalam strategi pengembangan perusahaan bisnis. Kekuatan yang dimiliki sebuah bisnis bisa berasal dari modal yang dimilikinya. Pemasaran atau Pemasaran adalah kegiatan penting dari sebuah perusahaan yang memproduksi produk untuk dijual, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan berharap untuk mendapatkan keuntungan ini bersangkutan tidak hanya dapat menjaga kelangsungan usahanya, tetapi juga dapat berkembang lebih besar. Namun, sayangnya produk UMKM masih mengalami kesulitan dalam hal pemasaran, terutama di era pemasaran digital saat ini. Ketua Kamar Dagang dan Industri Indonesia Rosan Roeslani mengatakan kontribusi sektor UMKM terhadap ekspor Indonesia pada 2015 hanya 15,8 persen. Angka ini tertinggal jika dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya, Misalnya, Thailand 29,5 persen dan Filipina 20 persen (Pramesti, Anggarini, DK, Bangun, Susilawati, & Andriyanto, 2022).

Pusat Media, Jum'at (01/11) Disperindag Kabupaten Sumenep terus memberikan fasilitas bagi pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) di Sumenep agar dapat bersaing tidak hanya di pasar tradisional, tetapi juga dapat berkembang ke wilayah regional bahkan nasional. Industri kecil menengah di Sumenep telah banyak memasarkan produk-produk mereka tidak hanya secara lokal, tetapi juga ke luar daerah. Saat ini, ratusan produk industri rumah (home industry) seperti camilan telah tergabung dalam sebuah paguyuban. Hal ini memungkinkan mereka untuk bekerja sama dalam memasarkan produk mereka sehingga konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai produk-produk tersebut melalui paguyuban tersebut.

Salah satu UMKM di sumenep ialah UMKM Bintang Emas dengan memproduksi kripik singkong yang terletak di Desa Kasengan. UMKM ini merupakan UMKM yang lumayan sudah di kenali masyarakat karena dinilai mempunyai cita rasa tersendiri bahkan pengiriman produknya sudah sampai ke luar kota seperti kota situbondo, Semarang, Surabaya dan kota lainnya. Selain memproduksi Kripik singkong UMKM ini juga memproduksi mornang dan kedelai goreng namun UMKM ini lebih fokus ke produk kripik karena dirasa lebih banyak peminatnya, kripik di UMKM ini ada berbagai variaian rasa seperti original,pedas, dan bawang putih.

METODE

Metode Pelaksanaan Program:

1. Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan: Mengadakan pertemuan awal dengan pemilik dan karyawan UMKM Bintang Emas untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi.
2. Pelatihan Digital Marketing: Memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, e-commerce, dan website.
3. Pengembangan Produk: Memberikan workshop tentang inovasi produk, termasuk desain dan kemasan yang menarik.
4. Pendampingan Teknis: Memberikan pendampingan dalam implementasi teknologi digital dan teknik pemasaran yang telah dipelajari.
5. Evaluasi dan Monitoring: Melakukan evaluasi berkala untuk memonitor perkembangan dan hasil dari program pendampingan.

HASIL

Hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pendampingan UMKM: Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi di Era Digital pada UMKM Bintang Emas di

Desa Kasengan, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep" yang dilaksanakan dari tanggal 1 Maret 2024 hingga 31 Mei 2024 menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek. Program ini dimulai dengan sosialisasi dan identifikasi kebutuhan UMKM Bintang Emas, di mana tim pengabdian melakukan pertemuan awal dengan pemilik dan karyawan untuk memahami tantangan yang mereka hadapi serta kebutuhan mendesak yang perlu diatasi. Dari hasil identifikasi, ditemukan bahwa banyak pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang memadai tentang teknologi digital dan potensi pemasarannya. Hal ini menjadi dasar bagi penyusunan rencana pendampingan yang fokus pada peningkatan kapasitas digital, inovasi produk, dan strategi pemasaran modern, termasuk produk unggulan mereka seperti keripik singkong.

Tahap berikutnya adalah pelatihan digital marketing, di mana para peserta mendapatkan pengetahuan tentang berbagai platform pemasaran digital seperti media sosial, e-commerce, dan pembuatan website. Pelatihan ini mencakup teknik-teknik praktis dalam membuat konten yang menarik, penggunaan iklan berbayar, serta analisis performa kampanye digital. Peserta dilatih untuk memanfaatkan alat-alat digital yang tersedia secara maksimal untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Hasil dari pelatihan ini sangat positif, dengan seluruh peserta mampu menunjukkan peningkatan keterampilan dalam mengelola akun media sosial dan platform e-commerce. Beberapa peserta bahkan mulai memanfaatkan fitur-fitur canggih seperti iklan tersegmentasi dan analisis data pelanggan untuk memaksimalkan hasil kampanye mereka. Produk keripik singkong, sebagai salah satu produk andalan UMKM Bintang Emas, kini memiliki kehadiran online yang lebih kuat, menarik lebih banyak konsumen.

Selain pelatihan digital marketing, program ini juga mencakup workshop inovasi produk. Dalam workshop ini, para peserta diajak untuk mengembangkan kreativitas dalam desain dan kemasan produk. Melalui sesi brainstorming dan diskusi, para peserta mampu menghasilkan ide-ide baru yang dapat diimplementasikan dalam produk mereka. Produk kerajinan tangan dan keripik singkong yang dihasilkan oleh UMKM Bintang Emas kini memiliki variasi yang lebih banyak, dengan desain dan kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar. Hal ini tidak hanya meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga menarik minat konsumen yang lebih luas. Para peserta juga diajarkan tentang pentingnya menjaga kualitas produk dan bagaimana inovasi yang berkelanjutan dapat menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Inovasi pada keripik singkong misalnya, meliputi pengembangan varian rasa baru yang lebih sesuai dengan selera konsumen modern.

Pendampingan teknis yang diberikan selama program ini juga memainkan peran penting dalam implementasi teknologi digital dan teknik pemasaran yang telah dipelajari. Tim

pengabdian secara langsung membantu UMKM Bintang Emas dalam menyiapkan infrastruktur digital yang diperlukan, termasuk pembuatan website dan pengaturan toko online. Pendampingan ini memastikan bahwa para pelaku UMKM dapat langsung mempraktekkan ilmu yang telah mereka pelajari selama pelatihan. Hasilnya, UMKM Bintang Emas mampu meningkatkan penjualan hingga 25% dalam tiga bulan pertama setelah implementasi strategi digital marketing. Peningkatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan tetapi juga membuka peluang baru untuk ekspansi pasar ke tingkat nasional. Produk keripik singkong kini tidak hanya dikenal di sekitar Desa Kasengan tetapi juga menarik minat konsumen dari luar daerah melalui platform online.

Evaluasi dan monitoring berkala dilakukan untuk menilai efektivitas program dan memberikan umpan balik yang konstruktif bagi peserta. Evaluasi ini menunjukkan bahwa program pendampingan telah berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Selain dampak ekonomi berupa peningkatan penjualan dan pendapatan, program ini juga memberikan dampak sosial yang positif. Semangat gotong royong dan kerjasama di antara warga Desa Kasengan semakin meningkat, dengan komunitas lokal yang aktif mendukung dan mempromosikan UMKM Bintang Emas. Dengan pemahaman dan keterampilan yang diperoleh dari program ini, UMKM Bintang Emas diharapkan mampu terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar di masa mendatang, memberikan manfaat berkelanjutan bagi perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Salah satu aspek penting dari program ini adalah penguatan jejaring pemasaran. Para pelaku UMKM didorong untuk menjalin kemitraan dengan berbagai platform e-commerce besar dan memanfaatkan fitur-fitur promosi yang disediakan. Melalui pelatihan yang intensif, para peserta kini mampu membuat konten yang menarik dan informatif yang mampu menarik perhatian calon pembeli. Mereka juga diajarkan cara mengoptimalkan mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di internet. Hasilnya, tidak hanya peningkatan penjualan yang tercapai, tetapi juga peningkatan dalam hal brand awareness di kalangan konsumen lokal dan nasional. Keripik singkong, sebagai salah satu produk unggulan, mendapatkan perhatian lebih besar melalui strategi ini.

Program ini juga mengajarkan pentingnya data dan analitik dalam bisnis. Para peserta diperkenalkan dengan berbagai alat analitik digital yang dapat membantu mereka memahami perilaku konsumen dan tren pasar. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang data, UMKM Bintang Emas dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk. Misalnya, mereka dapat mengetahui produk mana yang paling diminati, kapan waktu terbaik untuk meluncurkan promosi, dan bagaimana cara menarik lebih

banyak pelanggan. Hal ini secara signifikan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka. Analisis penjualan keripik singkong, misalnya, membantu mereka mengidentifikasi pasar utama dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai kebutuhan.

Tidak kalah pentingnya, program ini juga berfokus pada pengembangan sumber daya manusia. Karyawan UMKM Bintang Emas mendapatkan pelatihan yang lebih mendalam tentang manajemen bisnis dan keuangan. Mereka diajarkan cara mengelola keuangan dengan baik, termasuk pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Pelatihan ini bertujuan untuk memastikan bahwa bisnis dapat berjalan secara berkelanjutan dan siap menghadapi tantangan ke depan. Peningkatan kapasitas SDM ini diharapkan dapat memperkuat fondasi UMKM Bintang Emas dalam menjalankan bisnisnya. Keahlian baru ini memungkinkan mereka untuk mengelola operasi dengan lebih efisien, termasuk dalam mengelola produksi dan distribusi keripik singkong.

Pada aspek komunitas, program pendampingan ini juga berupaya untuk memperkuat hubungan antara UMKM dan masyarakat sekitar. Melalui kegiatan-kegiatan sosial dan kolaboratif, UMKM Bintang Emas mendapatkan dukungan yang lebih luas dari komunitas lokal. Warga desa Kasengan terlibat dalam berbagai kegiatan promosi dan pameran produk yang diadakan oleh UMKM. Selain itu, dukungan dari pemerintah setempat juga sangat penting dalam keberhasilan program ini. Pemerintah desa memberikan fasilitas dan bantuan teknis yang diperlukan untuk mendukung kegiatan UMKM. Keterlibatan aktif dari masyarakat membantu meningkatkan rasa kepemilikan dan dukungan terhadap produk-produk lokal seperti keripik singkong, yang menjadi kebanggaan desa.

Di sisi lain, program ini juga menekankan pentingnya keberlanjutan dalam bisnis. Para peserta didorong untuk memikirkan dampak lingkungan dari aktivitas bisnis mereka dan mencari cara untuk menguranginya. Misalnya, dalam proses produksi kerajinan tangan dan keripik singkong, mereka diajarkan cara mengelola limbah dan menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan. Hal ini tidak hanya baik untuk lingkungan tetapi juga meningkatkan citra UMKM Bintang Emas sebagai bisnis yang peduli terhadap keberlanjutan. Penerapan praktik ramah lingkungan juga menjadi nilai tambah yang dapat menarik konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan.

Secara keseluruhan, hasil dari program pendampingan ini sangat memuaskan. Peningkatan penjualan, inovasi produk, penguatan jejaring pemasaran, dan peningkatan kapasitas SDM menjadi indikator utama keberhasilan program. Keberhasilan ini tidak lepas dari komitmen dan kerjasama yang baik antara semua pihak yang terlibat, termasuk tim pengabdian, pelaku UMKM, komunitas lokal, dan pemerintah setempat. Program ini

memberikan contoh nyata bagaimana pendampingan yang terstruktur dan berfokus pada kebutuhan riil dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan. Produk-produk seperti keripik singkong menjadi lebih dikenal dan diminati, berkat peningkatan kualitas dan strategi pemasaran yang efektif.

Keberhasilan program ini juga menjadi inspirasi bagi UMKM lain di daerah sekitar untuk mengikuti jejak UMKM Bintang Emas. Banyak UMKM yang tertarik untuk mendapatkan pelatihan dan pendampingan serupa. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperluas jangkauan program ini agar lebih banyak UMKM yang dapat merasakan manfaatnya. Dengan demikian, diharapkan akan tercipta ekosistem bisnis yang lebih kuat dan berdaya saing di Kabupaten Sumenep. Dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak sangat diperlukan untuk memastikan UMKM Bintang Emas dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi komunitasnya. Dengan inovasi dan daya saing yang terus meningkat, produk-produk seperti keripik singkong dapat menjadi simbol keberhasilan UMKM lokal dalam menghadapi tantangan era digital.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada Ibu Sa'ada dari UMKM Bintang Emas dan semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan program pendampingan UMKM ini. Terima kasih atas kerjasama, dedikasi, dan semangat yang telah diberikan, sehingga program ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM Bintang Emas dan komunitas sekitar.

DAFTAR REFERENSI

- Antoni, & Karlin. (2021). evelopment of a Model for Mentoring MSME Actors in the City of Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS)*, 104-112.
- Anwar, S., Kurdi, M., & Abrar, U. (2023). Pelatihan Dan Pemberdayaan Perempuan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Desa Ellak Daya Melalui Pemanfaatan Buah Kelapa. *Jurnal Abdimas Sosek (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Sosial Ekonomi)*, 3(3), 14-17.
- Arifin, M., Kurdi, M., & Anwar, S. (2021). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Cafe Di Era Revolusi Industri 4.0. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 2(1), 32-37.
- Helmita, H., Naim, & Sari, O. N. (2023). Peran Kompetensi Sumber Daya Manusia UMKM dalam Meningkatkan. *Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi*, 025 - 040.

- Hermanto, B., Anwar, M., Santosa, R., & Kurdi, M. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Umkm Zarafa Dalam Meningkatkan Produktifitas Hasil Produk. *Jurnal Abdimas Sosek (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Sosial Ekonomi)*, 3(2), 1-4.
- KOMINFO. (2022, Maret). Retrieved mei 2024, from Transformasi Digital UMKM Jadi Prioritas Penguatan Fondasi Ekonomi: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/40915/transformasi-digitalumkm-jadi-prioritas-penguatanfondasi-ekonomi/0/berita#:~:text=Saat%20ini%2C%20terdapat%2064%2C2,sebesar%2061%25%20terhadap%20PDB%20Indonesia>
- Kurdi, M., & Firmansyah, I. D. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 569-575.
- Pramesti, R., Anggarini, A., DK, M., Bangun, D., Susilawati, & Andriyanto. (2022). Pendampingan Pembuatan Media Promosi Produk Umkmuntuk Mendukung Daya Saing Digital Marketing Di Era Global Pada Komunitas Sahabat UMKM . *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 2622-5700 .
- Putri, I. M. S., & Kurdi, M. (2021). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Kemandirian Secara Finansial Pada CV. Dua Warna Sumenep. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 2(2), 7-11.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahril, S., Anwar, S., & Kurdi, M. (2020). Pendampingan Ragam Produk Olahan Berbahan Dasar Ikan Di Desa Pagar Batu. *Jurnal Abdiraja*, 3(2), 10-14.
- Zulkifli, L., Sasmitha, L., Qomaria, A., Nurhandayani, D., Pangestuti, F., Ghurfah, A., et al. (2021). Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Rasa, Pengemasan Serta Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing "Kripik Singkong" Desa Langko di Era Industry 4.0. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 140-144 .