



Optimalisasi Potensi Masyarakat melalui Edukasi Digital bagi Pelaku UMKM di Wilayah Kabupaten Sumbawa secara Berkelanjutan

Optimizing Community Potential through Sustainable Digital Education for MSMEs in Sumbawa Regency

Zulkieflimansyah^{1*}, Muammar Khadafie²

¹⁻²Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

Alamat: Batu alang, Moyo Hulu, Kabupaten Sumbawa, Indonesia

Korespondensi penulis: zulkieflimansyah@uts.ac.id*

Article History:

Received: Juni 12, 2025;

Revised: Juli 15, 2025;

Accepted: Juli 29, 2025;

Published: Juli 31, 2025

Keywords: Community, Digitalization, Empowerment, Extension, Small Business.

Abstract: Digitalization has become a necessity across all sectors, in line with the rapid development of digital technology and the shift towards Society 5.0. The use of digital technology is now a crucial aspect in various activities, including the economic, social, and educational sectors. In the economic sector, in particular, the implementation of electronic data interchange (EDI) and the use of social media in marketing strategies have expanded to various business sectors, including micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The shift in interaction patterns between consumers and sellers towards digital is both a challenge and an opportunity for MSMEs. However, the reality on the ground shows that most MSMEs in the regions, particularly in Sumbawa Regency, still experience gaps in digital literacy and human resource readiness in managing information technology. To address this challenge, digitalization outreach and training activities are being conducted for MSMEs and the general public in the region. These activities aim to improve understanding and basic skills related to the use of digital technology in running and developing businesses, such as online marketing, digital data management, and the use of e-commerce platforms. This outreach also emphasizes the importance of adapting to technological developments to increase the competitiveness and sustainability of MSMEs in the digital era. The results of this activity showed a 3% increase in participants' understanding of digitalization, as evidenced by a comparison of pre-test and post-test results. While this improvement is initial and modest, it reflects positive changes that can be further developed through follow-up programs and ongoing mentoring. Therefore, community empowerment through digital education is a strategic step in strengthening the role of MSMEs as key drivers of the local and national economy in the digital era.

Abstrak

Digitalisasi telah menjadi keharusan di semua sektor seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital dan pergeseran menuju era Society 5.0. Penggunaan teknologi digital kini menjadi aspek yang sangat penting dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam sektor ekonomi, sosial, dan pendidikan. Di bidang ekonomi, khususnya, penerapan electronic data interchange (EDI) dan pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran telah meluas ke berbagai lini usaha, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Perubahan pola interaksi antara konsumen dan penjual ke arah digital menjadi sebuah tantangan sekaligus peluang bagi pelaku UMKM. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di daerah, khususnya di Kabupaten Sumbawa, masih mengalami kesenjangan dalam hal literasi digital dan kesiapan sumber daya manusia dalam mengelola teknologi informasi. Untuk menjawab tantangan tersebut, dilakukan kegiatan penyuluhan dan pelatihan digitalisasi yang ditujukan kepada pelaku UMKM dan masyarakat umum di wilayah tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dasar terkait pemanfaatan teknologi digital dalam menjalankan dan mengembangkan usaha, seperti pemasaran daring, manajemen data

digital, serta penggunaan platform e-commerce. Penyuluhan ini juga menekankan pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM di era digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap materi digitalisasi sebesar 3%, yang dibuktikan melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test. Meskipun peningkatan ini tergolong awal dan sederhana, hal tersebut mencerminkan adanya perubahan positif yang dapat terus dikembangkan melalui program lanjutan dan pendampingan berkelanjutan. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat melalui edukasi digital merupakan langkah strategis dalam memperkuat peran UMKM sebagai penggerak utama perekonomian lokal dan nasional di era digital.

Kata Kunci: Usaha Kecil, Digitalisasi, Pemberdayaan, Penyuluhan, Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi di tengah pesatnya kemajuan teknologi masa kini bukanlah sesuatu yang baru, melainkan sudah menjadi keharusan. Implementasi *electronic data interchange* (EDI) di berbagai sektor semakin mempertegas pentingnya pemahaman terhadap proses digitalisasi kini menjadi sebuah keharusan. Indonesia pun turut terlibat dalam arus kemajuan teknologi di Indonesia masih belum secepat negara-negara lain. Hal ini diperparah akibat letak geografis Indonesia yang terdiri dari banyak pulau yang terpisah oleh lautan, serta jumlah penduduk yang mencapai 278.696,2 ribu jiwa menurut data BPS. Sebaran penduduk yang tidak merata ini turut menjadi faktor penyebab rendahnya pemerataan literasi digital di berbagai wilayah. Inisiator gerakan peningkatan literasi digitalisasi telah diimplementasikan secara luas dalam dunia pendidikan, pelaku usaha kecil dan aparatur desa (Aqil & Indrawan, 2025), (Sabilirasyad et al., 2023), (Laily Bunga Rahayu & Syam, 2021) dan (Ulfah et al., 2023). Namun kebutuhan dan luasnya, dengan pesatnya perkembangan teknologi di Indonesia, upaya memberikan literasi kepada seluruh masyarakat menjadi tantangan yang besar.

Perbedaan generasi dalam masyarakat dan kemampuan masing-masing dalam menyesuaikan diri dengan teknologi yang berkembang turut memengaruhi kebutuhan literasi digital (Dewi et al., 2021), (Hermansyah & Firdausi, 2022) dan (Ery Sulistiyaningtyas & David Ari Setiawan, 2025). Setiap generasi cenderung memiliki tingkat pemanfaatan teknologi yang berbeda, sehingga menimbulkan kesenjangan dalam penggunaannya di berbagai bidang. (Ulfah et al., 2023), (Ahmad, 2022), (Moh. Faizin et al., 2023) dan (Setiani & Barokah, 2021). Kesenjangan ini umumnya muncul dalam konteks pemanfaatan teknologi. Generasi boomer (1944–1964) cenderung memiliki hambatan dalam memahami dan beradaptasi dengan teknologi baru. Sebaliknya, generasi Z yang tumbuh di era kemajuan teknologi telah terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari sejak usia dini. Dalam faktor ekonomi, generasi sebelum Generasi Z masih berada dalam tahap adaptasi terhadap digitalisasi, sementara Generasi Z lebih cepat menyerap dan memahami teknologi karena sudah terbiasa sejak awal. Kondisi ini menyebabkan pergeseran persaingan dan pasar menuju ranah digital,

di mana pelaku usaha atau perusahaan yang sudah menerapkan digitalisasi lebih diunggulkan. Sementara itu, generasi yang lebih tua masih perlu melakukan proses pembelajaran dan penyesuaian kembali untuk mengikuti perkembangan teknologi yang terus berubah.

Digitalisasi memberikan berbagai keuntungan bagi pelaku UMKM di sektor ekonomi. Di tengah perkembangan menuju era Society 5.0, yang menekankan pentingnya kolaborasi antarpelaku usaha, digitalisasi menjadi suatu kebutuhan penting. Melalui digitalisasi, hambatan jarak dan waktu dalam menjalin komunikasi dua arah antara perusahaan dapat diatasi, sehingga kolaborasi menjadi lebih efisien. Selain itu, digitalisasi juga membuka akses bagi pelaku UMKM untuk memperoleh wawasan bisnis serta memanfaatkan informasi hasil analisis yang tersedia dipakai sebagai alat bantu dalam menentukan keputusan yang lebih akurat. Dalam hal ini, media sosial memiliki peran penting dalam memberikan informasi terkait tren yang sedang berkembang di kalangan konsumen. Fitur seperti *For You Page (FYP)* mempermudah akses terhadap informasi, bahkan dari wilayah yang jauh seperti negara lain. Digitalisasi juga berfungsi sebagai alat bantu dalam mendukung proses pengambilan keputusan secara lebih efektif. Kemampuan memanfaatkan sistem pendukung keputusan untuk menganalisis permasalahan dan menghasilkan pilihan solusi yang paling sesuai.

Sistem yang digunakan merupakan hasil dari perhitungan dan analisis yang didasarkan pada data objektif dan parameter numerik yang telah ditentukan sebagai dasar pengambilan keputusan. Digitalisasi juga berperan dalam meningkatkan efisiensi proses produksi. Dengan dukungan teknologi dan peralatan otomatisasi, pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat, sehingga waktu produksi berkurang dan biaya operasional menjadi lebih efisien. Selain mendorong kolaborasi, salah satu keunggulan utama dari digitalisasi adalah perluasan jangkauan pasar yang dapat dicapai. Namun, di sisi lain, era digital juga membawa persaingan yang semakin ketat di berbagai sektor.

Dengan terbukanya peluang yang sama bagi setiap individu untuk memperluas pasar melalui digitalisasi, tingkat persaingan pun semakin meningkat. Hal ini memengaruhi seberapa cepat pelaku UMKM mampu memahami dan mengadopsi teknologi digital secara efektif. Secara umum, pelaku UMKM di wilayah perkotaan telah banyak yang memanfaatkan digitalisasi dalam usahanya. Namun, kondisi berbeda terlihat di daerah pedesaan atau pinggiran kota, di mana pemahaman dan penggunaan teknologi digital masih sangat terbatas. Meskipun infrastruktur teknologi informasi di desa masih tergolong minim, pengetahuan dan pemahaman mengenai digitalisasi dalam sektor perdagangan tetap memberikan potensi manfaat yang besar bagi masyarakat setempat.

Di sinilah letak pentingnya literasi digital. Literasi digital membantu individu, Baik pemula maupun yang sudah berpengalaman, dalam memahami kebutuhan dan aspek-aspek dunia digital. Saat ini, berbagai bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah banyak berfokus pada isu digitalisasi. Melalui literasi digital, diharapkan masyarakat dapat memperoleh keterangan yang relevan guna meningkatkan potensi dalam menghadapi masa digital. Kegiatan bermasyarakat dalam program desikasi pun telah dilakukan dengan (luring) serta (daring). (Mahardhini & Sanny Rahmawati, 2021), (Kurnianingsih et al., 2017), dan (Setiani & Barokah, 2021). Kegiatan dedikasi dilaksanakan oleh tim dedikasi bertujuan untuk memberikan pemahaman terkait sistem teknologi pelaku usaha kecil. Kegiatan dedikasi akan dievaluasi untuk menilai sejauh mana dampak nyata dari literasi digital yang telah diberikan. Pelaksanaan kegiatan ini akan diselenggarakan dalam tiga level yang terpisah. Tingkatan awal ditujukan bagi masyarakat umum sebagai konsumen, kemudian dilanjutkan untuk individu yang belum familiar dengan digitalisasi, dan yang terakhir difokuskan pada pemenuhan kebutuhan khusus dalam proses pengambilan keputusan.

2. METODE

Tahapan pelaksanaan pengabdian untuk bentuk penguatan kapasitas sosial dengan kegiatan pembinaan. Dilaksanakan melalui proses, aktivitas ini diselenggarakan pada bulan Juli 2025 di Desa Kelungkung, Kabupaten Sumbawa. Tahap awal dimulai dengan pembentukan tim pengabdian, di mana tim ini bertugas untuk merancang, mengoordinasikan, dan memastikan kelancaran jalannya kegiatan penyuluhan yang direncanakan.

Tahap Persiapan Pemberdayaan: Setelah tim pengabdian terbentuk, langkah selanjutnya adalah melakukan berbagai persiapan. Kegiatan dalam tahap ini mencakup penyusunan proposal, pembuatan pamflet penyuluhan, perancangan materi serta pembuatan soal untuk sebelum kegiatan dan evaluasi. serta menyiapkan berbagai kebutuhan penunjang agar kegiatan dapat berlangsung dengan lancar.

Tahap registrasi dan uji awal: Pada tahap ini, tim melaksanakan diseminasi informasi kegiatan melalui pembuatan poster dan penyebaran informasi melalui media sosial. Tujuannya adalah untuk menjangkau masyarakat secara luas, baik dari kalangan umum maupun pelaku UMKM di wilayah Kabupaten Sumbawa.

Proses pendaftaran dan pelaksanaan pre-test dilakukan secara daring untuk memudahkan peserta dalam mengikuti tahapan tersebut. Instrumen pre-test dirancang mengacu pada materi yang akan disampaikan dalam kegiatan penyuluhan. Hasil pre-test nantinya akan dianalisis dan dibandingkan dengan hasil post-test. Untuk mengetahui pemahaman mitra

tentang digitalisasi. Metode perbandingan antara hasil tes sebelum dan sesudah penyuluhan ini merupakan pendekatan yang umum digunakan untuk menganalisis tingkat pemahaman peserta.

Tahap pelaksanaan pemberdayaan serta evaluasi akhir: Pada tahapan pemberdayaan dilakukan melalui platform daring. Selama kegiatan berlangsung, akan disampaikan tiga topik utama yang masing-masing memiliki kedalaman materi yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM. Adapun materi yang diberikan meliputi:

- a) Pola permintaan Konsumen.
- b) Digitalisasi UMKM.
- c) Peralihan ke Teknologi Digital: arah perkembangan industri ke depan melalui tata cara pendukung keputusan. Setiap materi disampaikan dalam durasi 60 menit, kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab.

Setelah pelaksanaan kegiatan pemberdayaan, proses berikutnya dilakukan setelah aktivitas pembinaan berakhir, para didikan diminta untuk mengisi daftar hadir dan mengikuti hasil evaluasi. Soal evaluasi disusun identik dengan pertanyaan sebelum. Hasil evaluasi kemudian akan dibandingkan dengan pre-test guna mengevaluasi peningkatan pemahaman peserta untuk mengidentifikasi adanya peningkatan pemahaman peserta setelah kegiatan dilakukan. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis dan evaluasi terhadap hasil dari program yang telah dilakukan.

3. HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan dedikasi dalam bentuk penguatan kapasitas melalui sosialisasi mengenai digitalisasi diawali melalui penyusunan tim pelaksana. Kelompok ini terdiri dari dosen dan mahasiswa dari Universitas Teknologi Sumbawa. Seluruh perencanaan kegiatan, termasuk persiapan teknis, telah diselenggarakan sebelum Juli dan berlangsung dalam kurun waktu beberapa hari, pada awal bulan Juli, materi promosi kegiatan berupa pamflet mulai disebarluaskan lewat jejaring sosial digital guna menjaring calon peserta. Di dalam pamflet tersebut juga sudah disisipkan tautan tes awal. Pertanyaan dalam tes awal disusun langsung dipaparkan oleh pembicara, disesuaikan melalui topik akan dipaparkan. Total terdapat 14 pertanyaan, yang terdiri dari kurang lebih lima pertanyaan untuk masing-masing topik yang dibahas

Tabel 1. Butir Soal Post-test dan Pre-test

No	Pertanyaan
1	Apa definisi dari sistem penunjang keputusan (SPK)?
2	Manakah komponen utama dalam sebuah sistem penunjang keputusan?
3	Keuntungan utama dari penggunaan SPK dalam industri adalah:
4	Bagaimana SPK membedakan konsep dari sistem informasi biasa?
5	Kapan waktu yang paling tepat untuk menggunakan sistem penunjang keputusan dalam sebuah proses bisnis?
6	Perilaku konsumen di era digital cenderung dipengaruhi oleh:
7	Di era digital, perilaku konsumen cenderung dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini, KECUALI:
8	Salah satu faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi online adalah ...
9	Faktor psikologis apa yang sering berperan dalam proses pengambilan keputusan pembelian di era digital?
10	Apa manfaat utama dari digitalisasi dalam e-commerce bagi UMKM?
11	Apa platform digital yang umum digunakan oleh UMKM untuk memulai bisnis e-commerce?
12	Bagaimana digitalisasi dalam e-commerce membantu UMKM dalam memperluas pangsa pasar?
13	Apa tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi digitalisasi dalam e-commerce?
14	Bagaimana digitalisasi dapat membantu UMKM dalam memperkuat brand dan membangun kepercayaan pelanggan?

Pertanyaan yang disusun mencerminkan isi materi yang disampaikan, yaitu Digitalisasi – Arah Baru Industri melalui sistem terintegrasi pendukung penetapan (butir soal 1–5). Perilaku konsumen di Era Digital (butir soal 6–9). Digitalisasi pada Pelaku usaha kecil (butir soal nomor 10–14). Berikut ini merupakan detail hasil pre-test yang diperoleh selama berlangsungnya kegiatan penyuluhan:

Tabel 2. Persentase Kebenaran Jawaban pada Pre-test

Soal	Persentase Jawaban Benar
Soal-1	65%
Soal-2	45%
Soal-3	75%
Soal-4	56%
Soal-5	74%
Soal-6	87%
Soal-7	74%
Soal-8	42%
Soal-9	38%
Soal-10	60%
Soal-11	65%
Soal-12	84%
Soal-13	38%
Soal-14	85%

Merujuk pada hasil pre-test yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman terendah terdapat pada materi perilaku konsumen di Era Digital, dengan rata-rata jawaban benar sebesar 60%. Sementara itu, pemahaman tertinggi terdapat di pemaparan Digitalisasi Pelaku UMKM, rata-ratanya mencapai jawaban benar mencapai 66% dari keseluruhan soal diajukan



Gambar 1. Aktivitas Pengabdian.

Kegiatan pembinaan berlangsung dengan lancar. Setelah sesi penyuluhan selesai, para peserta diminta untuk mengisi daftar hadir serta mengikuti evaluasi akhir guna menilai tingkat pengetahuan terhadap topik telah disampaikan. Hasil evaluasi akhir tersebut selanjutnya disejajarkan dengan hasil pre-test sebelumnya. Selanjutnya disajikan persentase Perbedaan dan persamaan antara capaian ujian awal dan ujian akhir dari program penyuluhan yang telah dilaksanakan.

Tabel 3. Perbedaan persentase hasil pada ujian awal dan ujian akhir

Soal	Pre-test	Post-test	Selisih
Soal-1	65%	57%	-8%
Soal-2	45%	51%	6%
Soal-3	75%	76%	0%
Soal-4	56%	59%	3%
Soal-5	74%	78%	4%
Soal-6	87%	81%	-6%
Soal-7	74%	78%	4%
Soal-8	42%	62%	20%
Soal-9	38%	51%	14%
Soal-10	60%	51%	-8%
Soal-11	65%	62%	-3%
Soal-12	84%	84%	0%
Soal-13	38%	49%	10%
Soal-14	85%	86%	1%
Rata Rata Peningkatan			3%

Jadi, temuan dari perbandingan yang dilakukan, terdapat sejumlah butir soal yang menunjukkan penurunan nilai. Hal ini kemungkinan hal ini dipengaruhi oleh sejumlah faktor, salah satunya adalah keterbatasan pemahaman peserta terhadap materi yang disajikan. Di samping itu, terdapat perbedaan jumlah yang cukup besar antara peserta yang mendaftar dan yang benar-benar mengikuti kegiatan, sehingga turut memengaruhi hasil penilaian post-test. Meskipun demikian, secara keseluruhan kegiatan penyuluhan menunjukkan peningkatan rata-rata pemahaman materi sebesar 3%. Meskipun peningkatan ini tergolong tidak signifikan, hal tersebut dapat dipengaruhi oleh penyebab yang telah dinyatakan sebelumnya. Namun demikian, pembinaan masyarakat ini tetap menyampaikan dampak positif dan kegunaan nyata untuk pelaku usaha maupun kelompok luas.

4. KESIMPULAN

Saat ini, digitalisasi telah menjadi sesuatu yang wajib untuk dipahami dan dikuasai. Dengan semakin meluasnya pasar digital, peluang untuk menjangkau lebih banyak konsumen pun semakin besar. Namun, pemahaman mengenai digitalisasi masih tergolong rendah di wilayah pedesaan dan daerah sekitarnya. Oleh karena itu, literasi digital perlu terus didorong agar pemahaman terhadap teknologi dapat merata di seluruh lapisan masyarakat. Kegiatan pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui sarana daring serta berbagai saluran aspek lainnya berperan dalam memperluas wawasan masyarakat tentang digitalisasi. Berdasarkan perbandingan persentase jawaban benar dari evaluasi awal dan akhir mengindikasikan peningkatan pemahaman setelah program pemberdayaan dilaksanakan. Meskipun demikian, upaya literasi digital tidak boleh berhenti, mengingat kebutuhan akan penyebaran pengetahuan tentang teknologi digital masih sangat tinggi.

PENGAKUAN

Tim Pengabdian menyampaikan apresiasi kepada seluruh peserta pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat yang turut serta secara aktif dalam pelaksanaan pelatihan ini.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, I. F. (2022). Urgensi literasi digital di Indonesia pada masa pandemi COVID-19: Sebuah tinjauan sistematis. *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.14421/njpi.2022.v2i1-1>
- Aqil, A., & Indrawan, W. (2025). Menuju inklusi digital: Peluang dan tantangan digitalisasi di pesantren. *Prosiding Seminar Nasional*, 115–130.
- Bappenas. (2021). *Peta jalan transformasi digital Indonesia 2021–2024*. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas.
- Dewi, D. A., Hamid, S. I., Annisa, F., & Octafianti, M. (2021). Menumbuhkan karakter siswa melalui pemanfaatan literasi digital. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 5249–5257.
- Ery Sulistiyaningtyas, & Setiawan, D. A. (2025). Implementasi literasi teknologi dan media digital sebagai upaya memfasilitasi gaya belajar peserta didik pada pembelajaran PAI di MA. *Rabbani: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(1), 56–68. <https://doi.org/10.19105/rjpai.v6i1.15234>
- Haryono, T., & Lestari, N. (2020). Strategi pemberdayaan masyarakat melalui literasi digital pada sektor UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 87–95.
- Hermansyah, M., & Firdausi, M. F. (2022). Peningkatan market value usaha kecil menengah (UKM) gula merah melalui desain brand labelling dan kemasan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 268–274.

- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). *Transformasi digital UMKM untuk mendorong pemulihan ekonomi nasional*. KemenkopUKM.
- Kurnianingsih, I., Rosini, & Ismayati, N. (2017). Upaya peningkatan kemampuan literasi digital bagi tenaga pengajar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 61–76. <http://jurnal.ugm.ac.id/jpkm>
- Mahardhini, O., & Rahmawati, N. S. (2021). Peningkatan kemampuan literasi informasi melalui pelatihan literasi informasi: Systematic review. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(1), 1–12.
- Moh. Faizin, M. F., Yudi, U., & Zainiyati, H. S. (2023). Upaya peningkatan kemampuan literasi digital melalui pengenalan lingkungan persekolahan (PLP) mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal Kependidikan Islam*, 13(2), 36–55. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2023.13.2.36-55>
- Prasetyo, P. E., & Sutopo, W. (2021). Peran teknologi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(1), 34–42. <https://doi.org/10.1234/jek.v19i1.4567>
- Setiani, N. N., & Barokah, N. (2021). Urgensi literasi digital dalam menyongsong siswa sekolah dasar menuju generasi emas tahun 2045. *Prosiding SEMAI: Seminar Nasional PGMI*, 411–427. <https://proceeding.uingusdur.ac.id/index.php/semai/article/view/400>
- Ulfah, A., Jesica, E., Fitriyah, L., Amalia, G. S. P., Yulianingtyas, M., & Amelya, P. D. (2023). Pemanfaatan teknologi dalam model pembelajaran olah alur pada pembelajaran menulis cerpen. *Ghancaran: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 38–48. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.vi.11731>
- Wahyuni, S., & Ramadhan, F. (2023). Pelatihan digital marketing untuk UMKM: Studi kasus pada komunitas usaha mikro di NTB. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(3), 115–123.