



Website:

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>

Permalink:

DOI: 10.32493/jamh.v5i2.39706

Licences :

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Vol. 5 • No. 2 • April 2024

Page (Hal.) : 76 - 85

ISSN (online) : 2686-5858

ISSN (print) : 2686-1712

© LPPM Universitas Pamulang

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang

Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : humanis.unpam@gmail.comArticle info : *Received*: Jan 2024 ; *Revised* : Feb 2024 ; *Accepted*: April 2024

Meningkatkan Omset Penjualan UMKM Desa Rancagong Melalui Rebranding dan Digitalisasi

Increasing Sales Turnover of Rancagong Village MSMEs Through Rebranding and Digitalization

Dyah Cahyasari¹; Angelia Shavira Putri²; Ariana Rahima³

¹⁻³Universitas Pradita, Email : dyah.cahyasari@pradita.ac.id; angelia.shavira@student.pradita.ac.id; ariana.rahima@student.pradita.ac.id

Abstrak. Pengabdian ini bertujuan: (1) turut berkontribusi dalam membantu rebranding beberapa UMKM, guna mengupdate identitas usaha; (2) digitalisasi UMKM, guna meningkatkan layanan pesan antar makanan lebih cepat dan efektif sampai ke tangan pelanggan; (3) sosialisasi pembuatan anggaran dan digitalisasi pencatatan laporan keuangan. Adapun solusi yang ditawarkan oleh tim KKN meliputi: (1) pembuatan ulang banner atau spanduk beberapa unit UMKM; (2) pendaftaran akun Go-Food untuk layanan antar; (3) penggunaan sistem kasir online untuk pencatatan laporan keuangan. Metode yang digunakan adalah persiapan, pelaksanaan, dan penyerahan hasil kepada pelaku UMKM dan disaksikan oleh pemerintah setempat, sebagai bukti program kerja telah terselesaikan. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini berjalan sangat baik, berkat kerjasama semua pihak yang terlibat di dalamnya. Melalui bantuan pengabdian ini, UMKM dapat memaksimalkan penjualannya dan mampu meningkatkan pendapatan UMKM. Kesimpulan dari kegiatan KKN ini, membantu mengembangkan unit UMKM Desa Rancagong, sehingga para pelaku usaha mampu bersaing dalam mempromosikan produk dan meningkatkan omset penjualan.

Kata Kunci : Digitalisasi; UMKM; Rebranding.

Abstract. This service aims to: (1) contribute to helping rebranding several MSMEs, in order to update business identities; (2) digitalization of MSMEs, in order to improve food delivery services to reach customers more quickly and effectively; (3) socialization of budget making and digitization of financial report recording. The solutions offered by the KKN team include: (1) remaking banners

or banners for several MSME units; (2) register for a Go-Food account for delivery services; (3) use of an online cashier system for recording financial reports. The method used is preparation, implementation and submission of the results to MSMEs and witnessed by the local government, as proof that the work program has been completed. This Real Work Lecture (KKN) activity went very well, thanks to the cooperation of all parties involved in it. Through this service assistance, MSMEs can maximize their sales and increase MSME income. The conclusion of this KKN activity is helping to develop the Rancagong Village MSME unit, so that business actors are able to compete in promoting products and increasing sales turnover

Keywords : Digitalization; MSMEs; Brand change.

PENDAHULUAN

Partisipasi dalam kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu strategi untuk memperkenalkan produk - produk kreatif lokal serta memberikan kesempatan bagi pengusaha kecil dan menengah di daerah untuk berwirausaha. Selain itu, pelaku UMKM juga memegang peran sentral dalam mencapai kesejahteraan individu, sehingga pelaku UMKM diharapkan dapat turut berpartisipasi dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian (Hasan & Haliah, 2022). UMKM di Indonesia memainkan peran penting dalam menggerakkan perekonomian nasional (Sugiarti, et al. 2020). Banyaknya UMKM yang beroperasi saat ini, menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif, khususnya pada usaha warung kuliner.

Bidang usaha UMKM mengutamakan bakat, kreatifitas, wawasan masyarakat, berhubungan dengan karakteristik dan pola hidup masyarakat Indonesia (Mangeswuri dkk., 2018). UMKM juga mempekerjakan orang yang tidak sebesar perusahaan besar (Bahri dkk., 2019). Selain itu, UMKM sangat berkontribusi pada perekonomian negara karena mendirikannya mudah dan hanya membutuhkan inisiatif satu orang (Wijoyo dkk., 2019). Produk kreatif lokal menjadi lebih dikenal dan pengusaha kecil dan menengah (UMKM) dapat berkembang (Tri & Darwanto, dalam Hasan dkk, 2023).

Persaingan bisnis UMKM sering mengalami fluktuatif. UMKM yang tidak

mampu bertahan akan tutup dengan sendirinya, sedangkan UMKM yang mampu bertahan terhadap penurunan omset penjualan perlu merubah strategi. Salah satu strategi yang diterapkan adalah proses rebranding. Re-branding (Bantilan et al., 2018) sebagai strategi memperbaharui merek usaha atau merubah total dengan tujuan menjadi lebih baik tanpa melupakan visi dan misi dari usaha itu sendiri. Artinya restrukturisasi identitas sebagai pembeda dengan pesaing (Hastiningsih, W T. et al., 2021), dimana tujuannya untuk meningkatkan profitabilitas dan memperkenalkan usaha mereka kepada masyarakat

Pandemi Covid 19 merubah pola pelaku usaha yang tadinya secara konvensional menjadi digital. Mau tidak mau, suka tidak suka pelaku UMKM tidak bisa menolaknya, melainkan menerima dan berdampingan untuk mengadopsinya. Menurut Arianto 2020, dampak pandemi Covid-19 telah mengakibatkan pergeseran secara signifikan dalam dinamika perdagangan. Transformasi ini mengarah pada perubahan model bisnis konvensional ke bisnis digital (Legina & Sofia, 2020). Salah satu contohnya adalah menggunakan layanan antar melalui aplikasi ojek online sebagai solusi utama (Hasan & Haliah, 2022). Melalui pemanfaatan teknologi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengakses pasar yang lebih luas, dan menjalin konektivitas dengan pelanggan dalam skala global. Era industri 4.0, semua bisnis harus menggunakan



teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja dan mengikuti arus industri modern (Bouwmanetal, 2019, Rosita, 2020).

Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan Universitas Pradita melalui program KKN (Kuliah Kerja Nyata) adalah : (1) turut andil berkontribusi dalam membantu transformasi identitas usaha melalui rebranding UMKM; (2) digitalisasi usaha pada beberapa UMKM di Desa Rancagong melalui pendaftaran platform pesan antar ojek online; (3) sosialisasi pembuatan anggaran dan digitalisasi pencatatan laporan keuangan. Hal tersebut perlu dilakukan, guna meningkatkan omset penjualan UMKM, khususnya sektor kuliner (warung makan) di wilayah Desa Rancagong. Upaya digitalisasi UMKM yang dilakukan oleh tim mahasiswa/i KKN, sebagai faktor pendorong tumbuhnya UMKM yang memiliki daya saing.

Desa Rancagong merupakan salah satu desa yang terletak di lingkup Provinsi Banten, yang menjadi tempat dilaksanakannya perkuliahan Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa/i Fakultas Manajemen dan Humaniora. Akses jalan pada desa Rancagong terbilang cukup luas karena dapat dilewati kendaraan roda empat dan kendaraan roda dua. Artinya lokasi tersebut sangat strategis. Desa ini memiliki potensi sumber daya alam dan manusia yang melimpah, namun masih memiliki keterbatasan dalam mengelola bisnis atau usaha, sehingga masih menggunakan sistem dagang secara tradisional atau konvensional. Faktor – faktor keterbatasan tersebut, seperti: rasa nyaman bertransaksi secara konvensional, lingkungan sekitar yang masih tertinggal, ketidakpahaman akan teknologi digital dalam penerapan bisnis, dan terkait literasi pemasaran (Prameswari et al.,2019) kinerja dan mengikuti arus industri modern (Bouwmanetal, 2019, Rosita, 2020).

Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan Universitas Pradita melalui program KKN (Kuliah Kerja Nyata) adalah : (1) turut andil berkontribusi dalam membantu transformasi

identitas usaha melalui rebranding UMKM; (2) digitalisasi usaha pada beberapa UMKM di Desa Rancagong melalui pendaftaran platform pesan antar ojek online; (3) sosialisasi pembuatan anggaran dan digitalisasi pencatatan laporan keuangan. Hal tersebut perlu dilakukan, guna meningkatkan omset penjualan UMKM, khususnya sektor kuliner (warung makan) di wilayah Desa Rancagong. Upaya digitalisasi UMKM yang dilakukan oleh tim mahasiswa/i KKN, sebagai faktor pendorong tumbuhnya UMKM yang memiliki daya saing.

Desa Rancagong merupakan salah satu desa yang terletak di lingkup Provinsi Banten, yang menjadi tempat dilaksanakannya perkuliahan Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa/i Fakultas Manajemen dan Humaniora. Akses jalan pada desa Rancagong terbilang cukup luas karena dapat dilewati kendaraan roda empat dan kendaraan roda dua. Artinya lokasi tersebut sangat strategis. Desa ini memiliki potensi sumber daya alam dan manusia yang melimpah, namun masih memiliki keterbatasan dalam mengelola bisnis atau usaha, sehingga masih menggunakan sistem dagang secara tradisional atau konvensional. Faktor – faktor keterbatasan tersebut, seperti: rasa nyaman bertransaksi secara konvensional, lingkungan sekitar yang masih tertinggal, ketidakpahaman akan teknologi digital dalam penerapan bisnis, dan terkait literasi pemasaran (Prameswari et al.,2019)

Jumlah pelaku UMKM pada setiap dusun di desa Rancagong sangat banyak, hampir seluruh UMKM yang terdapat pada desa telah melakukan rebranding dengan cara menggunakan spanduk banner pada warung atau tempat usahanya. Sebagian dari mereka telah menggunakan aplikasi ojek online dalam memasarkan produk dan pendistribusian. Namun, masih terdapat sejumlah pelaku usaha yang belum menggunakan aplikasi ojek online dikarenakan beberapa keterbatasan, seperti ketidakpahaman cara menggunakan aplikasi. Partisipasi mahasiswa yang terlibat dalam KKN, diharapkan mampu memberikan



dukungan kepada pelaku usaha dalam memasarkan produk mereka. Khususnya support dalam penjualan online melalui platform aplikasi ojek online, seperti Go Food dan Grab Food

Selain mengadopsi digitalisasi melalui platform ojek online, pelaku UMKM masih belum sepenuhnya memperhatikan aspek pencatatan keuangan dan pengelolaan anggaran dalam usaha mereka. Berdasarkan hal tersebut, mahasiswa jurusan akuntansi bermaksud untuk memberikan sosialisasi mengenai penyusunan anggaran (*budgeting*) dan pencatatan laporan keuangan dengan penggunaan sistem kasir. Aplikasi kasir digital dapat diinstal langsung di ponsel tanpa memerlukan hardware tambahan, dimana solusi bagi para pelaku UMKM untuk cepat beralih ke digitalisasi. Selain itu, aplikasi kasir digital yang terhubung ke bank dapat menggunakan QRIS, e-money, kartu debit, kartu kredit, m-banking, dan dompet digital lainnya sebagai alat pembayaran (Permatasari, 2022). Sosialisasi ini diharapkan kedepan pelaku UMKM menjadi lebih terstruktur dalam melakukan perencanaan anggaran dan pencatatan laporan keuangan, sehingga lebih efektif dan efisien.

Menurut Putrayasa dalam Ellysa (2023), *budgeting* juga dikenal sebagai penganggaran, merujuk pada proses persiapan penyusunan rencana atau anggaran, pengumpulan data dan informasi, penyusunan anggaran dengan cara yang teratur, pelaksanaan anggaran, evaluasi terhadap pelaksanaan yang dilakukan, serta pembuatan kebijakan berdasarkan hasil evaluasi yang beragam. penyusunan anggaran, biasanya satu tahun, dan disampaikan dalam satuan moneter (Nirwana dan Nurasik, 2020).

METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Pradita di Desa

Rancagong. Program yang dilakukan oleh Fakultas Manajemen dan Humaniora merupakan implementasi digitalisasi UMKM. Kegiatan tersebut memiliki metode pelaksanaan yang terdiri dari tiga tahap yaitu: persiapan, pelaksanaan, dan penyerahan hasil kepada pihak warga (Asharhani et al., 2022).

Pada tahap pertama atau tahap persiapan penulis melakukan observasi langsung ke lapangan untuk menilai kebutuhan UMKM terkait dengan digitalisasi, yaitu mengidentifikasi sistem apa yang diperlukan dan perangkat apa yang perlu disediakan. Setelah mengetahui kebutuhan dari UMKM, dilanjutkan ke tahap kedua, yaitu melaksanakan pembuatan akun e-commerce sesuai dengan permintaan pihak UMKM, dan memberikan panduan kepada UMKM tentang penggunaan media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk atau layanan mereka. Pada tahap terakhir, hasil dari digitalisasi merupakan penyerahan akun pelaku usaha dalam platform e-commerce yang melibatkan pemberian akses, instruksi penggunaan, dan memberikan panduan tentang bagaimana UMKM dapat mengelola dan memperbaharui produk mereka di platform tersebut. Selain itu, juga melibatkan pemberian hasil *budgeting*, sistem kasir dan menyerahkan spanduk dengan desain baru yang dapat digunakan oleh UMKM tersebut serta masukan (perbaikan evaluasi) dari pihak UMKM.

HASIL DAN DISKUSI

Observasi dan Survei Lapangan

Tahap pertama yang dilakukan untuk adopsi digitalisasi UMKM adalah dengan melakukan survei dan pengamatan secara langsung ke berbagai dusun di Desa Rancagong, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi mengenai berbagai UMKM yang ada pada lokasi dan kebutuhan masing - masing UMKM terhadap program digitalisasi yang telah direncanakan oleh klaster fakultas manajemen dan humaniora.



Merujuk pada hasil pengamatan yang telah dilakukan, setiap program studi menemukan UMKM yang bersedia untuk didigitalisasikan usahanya, antara lain:

Tabel 1. Lokasi Pembagian Unit UMKM

Program Studi	Nama Unit UMKM
Akuntansi	Jaya Rahayu Snack
Manajemen Retail	Kedai Jamin dan Mie Ayam Ceker YY
Manajemen Bisnis	Warung M&D

Adapun untuk bentuk fisik lokasi usahanya, sebagai berikut:



Gambar 1. Kunjungan UMKM Jaya Rahayu Snack



Gambar 2. Kunjungan UMKM Kedai Jamin



Gambar 3. Kunjungan UMKM Mie Ayam Ceker YY

Konsultasi dan Aspirasi Warga

Setelah memperoleh data melalui survei dan wawancara terbuka dengan para pemilik UMKM yang bersangkutan, yaitu Bapak Ikbal selaku pemilik Jaya Rahayu Snack, Ibu Suminah selaku pemilik Kedai Jamin, Bapak Yanto Sugianto selaku pemilik warung Mie Ayam Ceker YY, dan Ibu Lis Surtini selaku pemilik Warung M&D. Anggota cluster melakukan diskusi bersama Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) untuk menentukan program kerja yang sesuai. Divisi sekretaris dibantu dengan anggota kelompok cluster lainnya, melakukan penyusunan proposal dan pengesahan proposal kepada pihak LPPM Universitas Pradita, serta Kepala Desa Rancagong.

Tahapan proses ini perlu dilakukan sebagai prosedur, agar program yang diusulkan mendapat izin dan dukungan dari warga dan pihak pemerintah setempat.

Setelah melakukan diskusi dan menyusun proposal, anggota tim cluster Humaniora telah menentukan program kerjanya, diantaranya mengembangkan program UMKM pada desa Rancagong.

Tabel 2. Pembagian Program Kerja

Nama Usaha	Proker
Jaya Rahayu Snack	Pemasangan <i>banner</i> , <i>budgeting</i> dan pembuatan sistem kasir
Kedai Jamin dan Mie Ayam Ceker YY	Desain <i>banner</i> , desain menu, pemasangan <i>banner</i> dan pendaftaran akun <i>Go-Food</i>
Warung M&D	Desain <i>banner</i> , desain menu, pemasangan <i>banner</i> dan pendaftaran akun <i>Go-Food</i>

Desain program kerja pemasangan *banner* yang diusulkan sesuai dengan permintaan warga, yaitu nama kedai, alamat dan nama makanan yang di jual. Pada program kerja digitalisasi UMKM, team cluster sepakat melakukan adopsi digitalisasi UMKM melalui pendaftaran akun *platform* ojek *online* yang paling banyak digunakan, yaitu *Go-Food*. Program kerja digitalisasi ini, juga pernah dilakukan oleh peneliti lain dalam pengabdian masyarakat, seperti yang dilakukan oleh Fauziyyah et al. (2023), Ramadhany, E D. et al. (2023). Selain itu digitalisasi keuangan juga diperlukan dalam perhitungan pencatatan dan hasil laporan keuangan.

Sosialisasi Hasil Digitalisasi

Masing-masing program studi melakukan kunjungan ke UMKM yang telah dipilih untuk melakukan penyerahan produk yang telah dibuat serta mensosialisasikan cara pemakaian aplikasi yang telah dibuat. Hal ini bertujuan agar pemilik UMKM dapat terus memperbarui dan menggunakan aplikasi tersebut dalam jangka waktu yang panjang. Program studi akuntansi melakukan kunjungan ke Jaya Rahayu Snack untuk memberikan spanduk, hasil dari *budgeting* yang dapat digunakan untuk menghitung *budget* yang akan dimasukkan ke aplikasi

kasir dan membantu pemilik merencanakan keuangannya dengan lebih terstruktur dan sistematis. Tim mahasiswa akuntansi juga memberikan informasi kepada pemilik UMKM Jaya Rahayu, mengenai cara menggunakan aplikasi Kasir Pintar Pro, dan memberikan himbauan agar sistem kasir tersebut dapat diimplementasikan, sehingga pencatatan penjualan menjadi lebih efektif dan efisien.



Gambar 4. Pemasangan Spanduk Jaya Rahayu Snack



Gambar 5. Sosialisasi Kasir Pintar

Keterbatasan pengetahuan teknologi di beberapa sudut desa mendorong peneliti khususnya tim mahasiswa/i Program studi Manajemen Retail melakukan observasi

langsung ke Kedai Jamin dan Mie Ayam Ceker YY. Peneliti berdedikasi untuk mengatasi beberapa permasalahan utama yang timbul dan dirasakan oleh para pelaku UMKM dari keterbatasan yang ada. Adapun program kerja untuk membantu pengembangan UMKM, seperti: melakukan *rebranding* dengan membuat desain spanduk dan daftar menu, hingga pemasangan langsung pada UMKM tersebut. Selain itu, penerapan digitalisasi UMKM adalah dengan pembuatan akun *Go-Food* dan melakukan sosialisasi cara penggunaan aplikasi *Go-Food*. Melalui penerapan digitalisasi, diharapkan dapat membuka peluang untuk menjangkau pelanggan di wilayah yang lebih luas. Selanjutnya, pada penerapan *rebranding* diharapkan dapat meningkatkan identitas pada merek.



Gambar 6. Pemasangan Spanduk Mie Ayam Ceker YY



Gambar 7. Pemasangan Spanduk Kedai Jamin

Program studi manajemen bisnis juga melakukan kunjungan ke Warung M&D untuk memberikan dan memasang spanduk yang telah dibuat. Program kerja yang dilakukan pada Warung M&D sama dengan Mie Ayam Ceker YY. Selain membuat akun pada aplikasi *Go-Food*, tim mahasiswa/i juga melakukan sosialisasi cara menggunakan aplikasi tersebut, supaya dapat dipakai secara berkelanjutan dalam kegiatan operasionalnya, dan meningkatkan efektivitas penjualan.



Gambar 8. Spanduk Warung M&D

KESIMPULAN

Seluruh program kerja kegiatan KKN telah dilaksanakan dan berjalan dengan baik dikarenakan adanya bantuan serta dukungan dari pemilik UMKM dan seluruh anggota cluster. Anggota cluster berharap dengan adanya kegiatan KKN dapat membantu mengembangkan UMKM pada desa Rancagong, sehingga para pelaku usaha tidak tertinggal dalam mempromosikan produk di era yang serba digital saat ini. Kegiatan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan partisipasi yang lebih giat lagi dari seluruh pihak, sehingga dapat

memberikan gagasan yang membangun dalam penyempurnaan tahapan selanjutnya.

Penulis memiliki beberapa saran agar pelaksanaan KKN selanjutnya dapat berjalan dengan baik, diantaranya: upaya khusus dalam mempererat interaksi dalam melakukan diskusi antar anggota *cluster*, memperhatikan hasil diskusi mengenai aturan dari program kerja yang akan dilaksanakan, dan juga menunjukkan responsivitas yang lebih tinggi serta dapat membangun kerja sama yang lebih erat antara anggota *cluster*. Selain saran, penulis juga memiliki harapan agar kegiatan perkuliahan Kuliah Kerja Nyata terus berlanjut pada tahun-tahun berikutnya dengan melakukan penyuluhan mengenai digitalisasi UMKM kepada para pemilik usaha yang ada di desa, sehingga dengan adanya serangkaian kegiatan KKN ini warga dapat merasakan manfaatnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis selaku anggota KKN, menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Ikbal, Ibu Suminah, Bapak Yanto Sugianto dan Ibu Lis Surtini, selaku para pemilik UMKM tempat dilaksanakannya program kerja KKN. Penulis juga berterima kasih kepada Ibu Marchelia Gupita Sari, S.T.,M.Arch selaku Koordinator KKN, Ibu Deasy Olivia, S.T.,M.T. selaku Koordinator LPPM, Ibu Dyah Cahyasari, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing Lapangan KKN, serta seluruh anggota kelompok Rancagong 3 dan pihak lainnya yang telah memberikan dukungan dalam proses melaksanakan program KKN ini.



Gambar 9. Acara Serah Terima

Program Kerja

Demikian ucapan terima kasih kepada seluruh pendukung keberhasilan kegiatan perkuliahan Kuliah Kerja Nyata, dukungan dari para pemilik UMKM sangat membantu proses berjalannya kegiatan KKN. Hal ini terlihat dari keberlangsungan proses pelaksanaan program kerja yang terhubung dengan adanya informasi serta harapan dari para pemilik UMKM mengenai program kerja yang dilakukan anggota *cluster*. Penulis berharap kegiatan yang telah dilaksanakan dapat membantu warga dan memberikan manfaat dalam waktu jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Asharhani, I. S. et al. (2022). Perancangan Fasilitas Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Di Kampung Wisata Tematik Panunggaran Utara Tangerang.
- Bahri, A. et al. (2019). Peningkatan Kesejahteraan Pelaku Usaha. *Jurnal Inovasi Dan Pelayanan Publik Makassar*, 1(1), 37–53.
- Bantilan, D S I. et al. (2018). Strategi Re-Branding Zora Radio. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.24198/prh.v1i2.12110>
- Bouwman,H. et al. (2019). Digitalization, business models,and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9).
- Ellysa, C. & Khornida, D. (2023). Perencanaan Anggaran UMKM The Aroma. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*.
- Fauziyyah, P A. et al. (2023). Pembuatan NIB Dan Aplikasi Google Maps Dalam Pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), p. 1837–1847.
- Hasan, H. & Haliah. (2022). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Hasan, H. et al. (2023). Digitalisasi UMKM dalam Rangka Membangun Ekosistem Digital pada Masyarakat UMKM Sulawesi. *Panrita Abdi*, 7(2).
- Hastiningsih, W T. et al. (2021). Pendampingan Rebranding UMKM Gitar sebagai Bentuk Peningkatan Kinerja Pemasaran. *Reswara*, 2 (1).
- Latief, H. et al. (2021). Pemberdayaan UMKM Melalui Branding Pada Sosial Media Instagram.
- Legina, X. & Sofia, I P. (2020). Pemanfaatan Software Pembukuan Akuntansi Solusi Atas Sistem Pembukuan Manual Pada UMKM. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 172. <http://doi.org/10.31851/neraca.v4i2.4771>
- Mangeswuri, D R. et al. (2018). Industri Kreatif, Fintech dan UMKM dalam Era Digital. In *Jurnal Teknologi Informasi*.
- Nirwana, N Q S. & Nurasik. (2020). Perencanaan dan Penganggaran Bisnis. *Buku Ajar*. Umsida Press.Sidoarjo.
- Prameswari,N.S. et al. (2019). Perluasan Jaringan Pemasaran melalui Kemitraan dengan Market place bagi PKL Dampak Relokasi Pemkot Surakarta. *Citra Dirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Intermedia*, 1(2), p. 1–8
- Permatasari, K I. (2022). Digitalisasi Pembukuan UMKM dengan Aplikasi Kasir Online. From https://www.kompasiana.com/intanbliss131/63292b4e08a8b56db6558c42/digitalisasi-pembukuan-umkm-dengan-aplikasi-kasir-online?page=all&page_images=1

- Ramadhany, E D. et al. (2023). Digitalisasi UMKM Melalui Penggunaan Media Sosial dan Google Maps untuk Meningkatkan Visibilitas dan Efektifitas Penyebaran Informasi Bisnis. *Swarna*, 2 (9).
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2),109. <http://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>.
- Sugiarti, Y. et al. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), p. 298–309.
- Wijoyo, H. et al. (2019). Digitalisasi UMKM. *Insan Cendekia Mandiri*.