

Pengembangan Kompetensi SDM Desa dalam Pemasaran Digital dan Pengelolaan Keuangan untuk Optimalisasi Potensi Lokal

Adelia Sandra Swastika Putri¹⁾, Ika Indriasari²⁾, Fitri Yulianti³⁾, Ratih Hesty Utami Puspitasari⁴⁾, Sutrisno⁵⁾

^{1,2,3,4,5)}Universitas Persatuan Guru Republik Indonesia

¹⁾adeliasandra@upgris.ac.id, ²⁾ikaindriasari@upgris.ac.id, ³⁾fitriyulianti@upgris.ac.id,

⁴⁾ratihhesty@upgris.ac.id, ⁵⁾sutrisno@upgris.ac.id

Abstrak. Desa Batursari di Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak, memiliki kekayaan sumber daya lokal yang melimpah, baik dari sektor pertanian, perikanan, maupun UMKM. Namun, keterbatasan literasi digital dan pengelolaan keuangan masih menjadi tantangan dalam memaksimalkan potensi tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pelaku usaha lokal dalam pemasaran digital dan manajemen keuangan. Program ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), yang menitikberatkan pada pengembangan berbasis kekuatan dan aset yang telah dimiliki masyarakat. Kegiatan dilakukan melalui serangkaian tahapan, yaitu identifikasi aset komunitas, pelatihan berbasis praktik, pendampingan intensif, serta evaluasi keberlanjutan. Pelatihan mencakup penggunaan media sosial, platform e-commerce, serta aplikasi pembukuan digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta memasarkan produk secara daring dan menyusun laporan keuangan sederhana. Pendekatan ABCD terbukti efektif dalam membangun rasa percaya diri masyarakat, memperkuat jejaring sosial, serta mendorong inovasi berbasis potensi lokal. Program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga membentuk ekosistem kewirausahaan desa yang adaptif terhadap era digital.

Kata kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Pengelolaan Keuangan, Desa Batursari

Abstract *Batursari Village is one of the villages with great potential in the agriculture, fisheries, and MSME sectors. However, limited access to digital technology and financial literacy means that this potential has not been optimally developed. This community service program aims to improve the competence of MSME actors in digital marketing and financial management as an effort to increase competitiveness and business sustainability. The methods used include observation, socialization, technical training, intensive mentoring, and evaluation. The results of the activity showed a significant increase in participants' understanding of the use of social media, e-commerce, and financial recording applications. The real impact can be seen from the increase in participant involvement in digital platforms and the implementation of a simple bookkeeping system in daily business activities. This activity is expected to be a model for digital village empowerment that can be replicated in other areas.*

Keywords: *MSMEs, digital marketing, financial management, batursari villages*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam kegiatan ekonomi masyarakat desa. Digitalisasi membuka peluang besar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta menciptakan nilai tambah yang lebih besar¹. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang kini menjadi tren adalah penggunaan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana pemasaran digital serta aplikasi keuangan berbasis digital untuk pengelolaan usaha yang lebih profesional dan efisien². Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa belum semua masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan, mampu mengakses dan memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Salah satu contohnya adalah Desa Batursari, yang terletak di Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak, Provinsi Jawa Tengah. Desa ini memiliki potensi alam dan sumber daya manusia yang besar, dengan sektor pertanian, perikanan, serta UMKM sebagai sumber utama mata pencaharian. UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah adalah usaha yang dijalankan oleh perorangan atau rumah tangga. Para pelaku usaha memainkan peran penting dalam memperkuat perekonomian nasional dengan menciptakan lapangan kerja, memberikan kontribusi terbesar terhadap produk domestik bruto (PDB), dan menjadi solusi alternatif yang efektif bagi kelompok berpendapatan rendah dan menengah melalui penciptaan lapangan kerja³. Selain itu, letaknya yang strategis dekat dengan Kota Demak dan Semarang seharusnya memberikan keuntungan dalam hal akses pasar dan distribusi. Namun, potensi ini belum mampu dioptimalkan sepenuhnya akibat keterbatasan literasi digital masyarakat.

Mayoritas pelaku usaha di Desa Batursari masih menjalankan kegiatan bisnisnya secara konvensional, baik dari sisi pemasaran maupun pencatatan keuangan. Produk lokal seperti hasil pertanian, olahan makanan, dan kerajinan belum mampu bersaing di pasar digital karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial, platform e-commerce, maupun aplikasi manajemen keuangan. Banyak pelaku usaha yang belum memahami pentingnya pencatatan transaksi secara sistematis, penggunaan fitur promosi

¹ Novi Algi Alviani and Munawaroh Munawaroh, 'Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar', *MASMAN Master Manajemen*, 3.1 (2025), pp. 134–40, doi:10.59603/masman.v3i1.717.

² Rusdin Tahir and others, *Transformasi Bisnis Di Era Digital (Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis Di Era Digital)*, Sonpedia Publishing, 2023.

³ Abdur Rohman Wakhid and others, 'Pengembangan UMKM Nizam Tahu Tempe Di Desa Sendang Mulyo Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang', *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5.2 SE-Articles (2025), pp. 144–52, doi:10.51339/khidmatuna.v5i2.2742.

digital, serta pengelolaan anggaran yang baik sebagai fondasi usaha yang berkelanjutan. Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat desa melalui pelatihan digital marketing dan literasi keuangan dapat mendorong peningkatan kapasitas usaha, kemandirian ekonomi, dan daya saing produk lokal⁴. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi yang terstruktur melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha di Desa Batursari, agar mampu mengelola usaha mereka secara lebih efektif, inovatif, dan adaptif terhadap tuntutan era digital.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di Desa Batursari dalam hal pemasaran digital dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi. Melalui pendekatan partisipatif dan pelatihan berbasis praktik, kegiatan ini diharapkan dapat membekali pelaku usaha dengan keterampilan yang relevan, sehingga mereka mampu meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, serta keberlanjutan usaha secara keseluruhan. Dengan demikian, kegiatan ini juga sejalan dengan tujuan pembangunan desa yang inklusif dan berkelanjutan berbasis transformasi digital. Dalam mengatasi permasalahan pemasaran produk lokal, serangkaian solusi yang berfokus pada pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan.

Tabel 1. Solusi Permasalahan

No	Permasalahan	Solusi	Target Luaran
1	Teknologi pemasaran berbasis media sosial belum dimanfaatkan	Perkembangan teknologi berbasis media sosial	Meningkatnya omset penjualan
2	Sistem manajemen keuangan yang terstruktur belum diterapkan	Pelatihan Pengelolaan keuangan	Manajemen keuangan yang terstruktur
3	Keterampilan manajemen bisnis masih perlu ditingkatkan	Pelatihan manajemen bisnis	Meningkatnya pengetahuan UMKM untuk menggunakan sistem manajemen

⁴ Selly Septiani, Asep Suryadi Dan, and Andi Romansyah, 'Pemanfaatan Marketplace Dalam Upaya Menciptakan Peluang Bisnis Digital the Use of Marketplaces in an Effort To Create Digital Business Opportunities', *Journal Garda*, 2023; Ade Andri Hendriadi, Betha nurina Sari, and Tesa Nur Padilah, 'Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang', *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.2 (2019), pp. 120–25, doi:10.25047/j-dinamika.v4i2.1133.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Batursari, Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak dengan melibatkan mitra sasaran yaitu para pelaku UMKM, petani, nelayan, serta kelompok masyarakat yang memiliki usaha lokal. Kegiatan ini dilaksanakan selama satu bulan dengan fokus utama pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam bidang pemasaran digital dan pengelolaan keuangan usaha berbasis teknologi.

Tim pelaksana kegiatan berasal dari program studi yang berbeda pada universitas yang sama yaitu Universitas PGRI Semarang. Kepakaran anggota tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Pengembangan Kompetensi SDM Desa dalam Pemasaran Digital dan Pengelolaan Keuangan untuk Optimalisasi Potensi Lokal ditunjukkan pada Tabel 2 berikut. Di dalam program PKM ini, kami juga akan melibatkan 3 mahasiswa dari Universitas PGRI Semarang.

Tabel 2. Kepakaran dan Tugas Anggota

No	Nama	Bidang Keahlian	Bidang Sektor Program PKM
1	Adelia Sandra Swastika P, S.Ak., M.M	Manajemen Pemasaran	Pelatihan Canva
2	Ratih Hesty Utami Puspitasari, SE., MM	Manajemen Pemasaran	Manajemen pemasaran online berbasis SEO
3	Ika Indriasari, S.E., Akt., M.Si.	Manajemen Keuangan	Pengelolaan dan Literasi Keuangan
4	Fitri Yulianti, S.Pd, M.Pd	PBI	Sumber Daya Manusia

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini melibatkan pendekatan partisipatif yang terdiri dari lima tahapan utama, antara lain:

1. Tahap sosialisasi, tim pengusul akan mengadakan pertemuan dengan para mitra untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya mempelajari keterampilan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan. Tim akan melakukan identifikasi potensi dan kebutuhan masyarakat melalui survei dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk memastikan materi yang disampaikan relevan dengan kondisi dan tantangan yang dihadapi.

2. Tahap IPTEK, desa akan menerima bantuan dalam mengakses platform digital untuk promosi dan transaksi. Sistem manajemen keuangan digital juga akan diperkenalkan untuk membantu pencatatan dan perencanaan anggaran.
3. Tahap pelatihan dan pendampingan, masyarakat akan diberikan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan platform e-commerce, serta pengelolaan keuangan berbasis aplikasi. Pelatihan akan dilakukan secara intensif selama beberapa sesi dengan materi yang mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan. Selanjutnya, tim pengusul akan memberikan bimbingan secara langsung dan berkelanjutan untuk membantu peserta mengimplementasikan apa yang telah dipelajari, baik dalam mengelola akun media sosial, toko online, maupun aplikasi pencatatan keuangan. Selama seluruh proses, kerjasama dengan Kelurahan Batursari dan Komunitas UMKM Batursari akan terus dijaga untuk memastikan dukungan yang maksimal dari pihak lokal serta keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan.
4. Tahap evaluasi, pada tahap ini tim akan melakukan evaluasi dengan mengumpulkan umpan balik dari peserta melalui survei atau wawancara dan menilai seberapa baik keterampilan yang dipelajari diterapkan dalam praktik. Hasil evaluasi ini akan memberikan gambaran umum tentang keberhasilan program dan menjadi dasar untuk perbaikan di masa mendatang.
5. Tahap keberlanjutan, penggunaan media sosial, SEO, canva, dan pembukuan keuangan menawarkan manfaat jangka panjang bagi UMKM. SEO meningkatkan visibilitas daring produk dan layanan desa, sehingga lebih mudah ditemukan tanpa menimbulkan biaya iklan yang tinggi. Canva memungkinkan pemilik bisnis membuat materi promosi yang menarik sendiri, membantu mereka mempertahankan citra profesional dan daya tarik di pasar. Selain itu, pembukuan keuangan yang efektif mengelola arus kas, membantu perencanaan anggaran, dan memastikan kelancaran operasi keuangan. Bersama dengan pelaksanaan ketiga alat ini berkontribusi pada pertumbuhan dan kemandirian bisnis desa dari waktu ke waktu.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Batursari, Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak, menghasilkan dampak yang signifikan terhadap

peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat desa, khususnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan keuangan usaha. Program ini disusun menggunakan model *Asset-Based Community Development* (ABCD), yang menitikberatkan pada pengembangan berbasis kekuatan dan aset yang telah dimiliki masyarakat. Berdasarkan hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di Desa Batursari belum memiliki pemahaman dan keterampilan yang memadai dalam menggunakan platform digital sebagai sarana promosi dan pengelolaan keuangan. Produk-produk lokal seperti hasil pertanian, olahan makanan, dan kerajinan tangan selama ini dipasarkan secara konvensional dengan jangkauan pasar yang sangat terbatas. Hal tersebut berdampak pada rendahnya daya saing produk lokal dan stagnasi pendapatan usaha masyarakat.

Gambar 1.

Contoh Produk UMKM Desa Batursari



Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sesi pelatihan pemasaran digital. Pada tahap ini, peserta diperkenalkan pada konsep dasar pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Materi yang disampaikan meliputi pemanfaatan WhatsApp Business, Instagram, serta platform Tokopedia dan Shopee untuk mempromosikan produk. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan teknis tentang cara membuat konten promosi yang menarik, pengambilan foto produk yang baik, dan penggunaan aplikasi desain grafis sederhana seperti Canva. Respons peserta sangat positif, terbukti dengan tingginya antusiasme saat sesi praktik. Beberapa peserta bahkan langsung mempraktikkan cara mengunggah produk mereka ke media sosial dengan bimbingan dari tim pelaksana. Bagi peserta yang sebelumnya tidak pernah menggunakan platform digital dalam memasarkan produknya, pengalaman ini menjadi pembuka wawasan baru tentang luasnya potensi pasar yang dapat dijangkau melalui teknologi.

Gambar 2.

Pelatihan Pemasaran dan SEO



Selain aspek pemasaran, pelatihan juga fokus pada pengelolaan keuangan usaha berbasis teknologi. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar pelaku usaha di Desa Batursari belum memiliki sistem pencatatan yang rapi dan masih mengandalkan ingatan atau catatan manual sederhana. Hal ini menyulitkan mereka dalam mengelola laba, mengontrol pengeluaran, maupun merencanakan pengembangan usaha. Dalam pelatihan ini, peserta dikenalkan pada penggunaan aplikasi pencatatan keuangan seperti BukuWarung, BukuKas, dan Excel sederhana. Peserta dilatih membuat pencatatan pendapatan dan pengeluaran harian, menghitung laba usaha, serta menyusun anggaran belanja bulanan. Praktik ini disambut baik oleh peserta karena aplikasinya mudah digunakan dan tersedia secara gratis. Setelah pelatihan, peserta menyampaikan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam mengelola usaha secara mandiri karena telah memahami cara mencatat transaksi keuangan dengan rapi dan sistematis.

Gambar 3.

Pelatihan Keuangan



Selain peningkatan pemahaman dan keterampilan, kegiatan ini juga mampu menumbuhkan semangat kewirausahaan masyarakat. Beberapa peserta menyampaikan bahwa mereka terinspirasi untuk mengembangkan usaha yang telah dijalankan dengan pendekatan baru berbasis digital. Bahkan ada peserta yang berencana membuka usaha baru karena merasa lebih siap dan memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang strategi bisnis. Dampak ini sangat positif karena tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan. Namun demikian, kegiatan ini juga menghadapi tantangan, di antaranya adalah perbedaan tingkat literasi digital peserta dan keterbatasan perangkat teknologi seperti smartphone atau akses internet. Untuk mengatasi hal ini, tim pelaksana memberikan bimbingan secara personal dan menggunakan pendekatan visual agar peserta lebih mudah memahami materi. Selain itu, kerja sama dengan perangkat desa juga sangat membantu dalam memberikan dukungan logistik dan fasilitas pelatihan yang memadai. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha desa dalam memanfaatkan teknologi untuk memajukan usaha mereka. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta diharapkan dapat terus diaplikasikan dan dikembangkan secara mandiri sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Hasil kegiatan ini juga memberikan gambaran bahwa dengan pendekatan yang tepat dan materi yang aplikatif, transformasi digital dalam masyarakat pedesaan sangat mungkin dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Batursari, Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam bidang pemasaran digital dan pengelolaan keuangan usaha berbasis teknologi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan praktis, berbasis kebutuhan lokal, dan didukung dengan metode pendampingan yang aplikatif, mampu meningkatkan kapasitas peserta secara signifikan. Selain aspek teknis, kegiatan ini juga mampu menumbuhkan semangat wirausaha dan kesadaran akan pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dalam mengelola usaha kecil di tingkat desa. Antusiasme peserta, kemauan untuk belajar, dan komitmen dari perangkat desa menunjukkan bahwa masyarakat memiliki potensi besar untuk berkembang jika diberikan kesempatan dan fasilitasi yang tepat. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek

berupa peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membuka ruang untuk pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi informasi. Transformasi digital yang berbasis komunitas dan pemberdayaan lokal terbukti menjadi strategi yang relevan dalam mendorong kemajuan ekonomi dan kemandirian masyarakat desa⁵.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Batursari, disarankan agar kegiatan serupa dilanjutkan dengan pola pendampingan berkelanjutan untuk memastikan penerapan keterampilan yang telah diperoleh peserta. Proses adopsi teknologi, terutama dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan, memerlukan bimbingan jangka menengah agar masyarakat tidak hanya memahami teori, tetapi juga konsisten dalam praktik sehari-hari. Perlu adanya pelatihan lanjutan yang lebih spesifik, seperti strategi branding produk lokal, pengemasan yang menarik, pemanfaatan fitur iklan berbayar di media sosial, serta pemahaman mengenai analisis pasar digital. Selain itu, pemerintah desa diharapkan dapat berperan aktif dalam menyediakan fasilitas penunjang seperti akses internet publik, pelatihan berbasis desa digital, dan penyediaan perangkat bersama yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM desa. Keterlibatan stakeholder lokal, termasuk koperasi desa, karang taruna, dan kelompok ibu rumah tangga, juga perlu diperkuat dalam membentuk ekosistem kewirausahaan digital yang berkelanjutan. Program-program pelatihan sebaiknya disinergikan dengan agenda pembangunan desa dan dimasukkan ke dalam rencana kerja jangka panjang (RPJMDes) agar memperoleh dukungan anggaran dan kebijakan secara formal. Dengan adanya keberlanjutan program dan dukungan multi pihak, transformasi digital berbasis komunitas seperti yang telah dilaksanakan di Desa Batursari dapat menjadi model pengembangan ekonomi desa yang adaptif, mandiri, dan berbasis teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas PGRI Semarang yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada

⁵ Aditiya Pratama Nugroho, C Tri Widiastuti, and Adelia Sandra Swastika Putri, 'Pelatihan Pemasaran Digital Di Desa Wisata Ngesrepbalong Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal', *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5.2 SE-Articles (2025), pp. 222–32, doi:10.51339/khidmatuna.v5i2.2947.

masyarakat ini, baik dalam bentuk pendanaan, koordinasi, maupun arahan selama proses perencanaan hingga pelaporan kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Batursari, Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak, khususnya Kepala Desa dan perangkat desa yang telah memberikan izin, dukungan, serta memfasilitasi kegiatan ini dengan sangat baik. Penghargaan setinggi-tingginya diberikan kepada seluruh peserta pelatihan, para pelaku UMKM, kelompok tani dan nelayan, serta masyarakat Desa Batursari yang telah mengikuti kegiatan dengan antusias dan komitmen tinggi. Partisipasi aktif dari seluruh elemen masyarakat menjadi kunci keberhasilan kegiatan ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan kapasitas masyarakat desa dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Aditiya Pratama Nugroho, C Tri Widiastuti, and Adelia Sandra Swastika Putri, 'Pelatihan Pemasaran Digital Di Desa Wisata Ngesrepbalong Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal', *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5.2 SE-Articles (2025), pp. 222–32, doi:10.51339/khidmatuna.v5i2.2947

Hendriadi, Ade Andri, Betha nurina Sari, and Tesa Nur Padilah, 'Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang', *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.2 (2019), pp. 120–25, doi:10.25047/j-dinamika.v4i2.1133

Novi Algi Alviani, and Munawaroh Munawaroh, 'Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar', *MASMAN Master Manajemen*, 3.1 (2025), pp. 134–40, doi:10.59603/masman.v3i1.717

Rohman Wakhid, Abdur, Agung Tri Atmojo, Sri Layla Wahyu Instanti, and Dian Anita Sari, 'Pengembangan UMKM Nizam Tahu Tempe Di Desa Sendang Mulyo Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang', *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5.2 SE-Articles (2025), pp. 144–52, doi:10.51339/khidmatuna.v5i2.2742

Septiani, Selly, Asep Suryadi Dan, and Andi Romansyah, 'Pemanfaatan Marketplace Dalam Upaya Menciptakan Peluang Bisnis Digital the Use of Marketplaces in an Effort To Create Digital Business Opportunities', *Journal Garda*, 2023

Tahir, Rusdin, Budi Harto, Arief Yanto Rukmana, Rino Subekti, Ervina Waty, Agatha Christy Situru, and others, *Transformasi Bisnis Di Era Digital (Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis Di Era Digital)*, Sonpedia Publishing, 2023