

Optimalisasi UMKM melalui Pemanfaatan *Big Data*: Digitalisasi MENATA *Event Organizers* untuk Transformasi Bisnis

Muhammad Ramadhani Kesuma¹, Adelia Yustianingrum², Nur Ainun Najwaa³, Kezia Julietha Kobi⁴, Raihana Salsabila⁵

¹²³⁴⁵Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

¹E-mail: ramadhani@feb.unmul.ac.id

²E-mail: adeliajustianingrum@gmail.com

³E-mail: nurainunajwaa@gmail.com

⁴E-mail: keziajulietha@gmail.com

⁵E-mail: raihanasalsabila2@gmail.com

Article History:

Received: April 2025

Revised: Mei 2025

Accepted: Juni 2025

Abstrak: Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing MENATA *Event Organizers*, sebuah UMKM yang berada di kota Samarinda, melalui pemanfaatan teknologi *Big Data*. Kegiatan ini berfokus pada pengelolaan data pelanggan dan strategi pemasaran berbasis analitik dengan pendekatan sederhana yang mencakup pemetaan kebutuhan melalui metode wawancara dan observasi, pelatihan terpadu dengan implementasi alat seperti *Google Analytics* dan *Google Sheets*, serta evaluasi partisipatif untuk mengukur dampak. Hasilnya menunjukkan adanya pengurangan waktu pengelolaan data sebesar 25% dan terjadi peningkatan engagement media sosial sebesar 20%, yang didukung oleh analisis demografi audiens. Tantangan seperti keterbatasan infrastruktur teknologi diatasi dengan solusi yang terjangkau dan pendampingan secara langsung. Pengabdian ini mendorong perubahan sosial berupa peningkatan literasi digital dan kapasitas bisnis, menghasilkan model transformasi digital yang praktis dan dapat direplikasi oleh UMKM lain di sektor manajemen acara. Kegiatan ini memperkuat ekosistem bisnis lokal di Samarinda melalui pendekatan yang inklusif, berkelanjutan, dan berorientasi pada kebutuhan UMKM.

Kata kunci: Big Data, UMKM, Manajemen Acara, Transformasi Digital, Literasi Digital

Abstract: This community service aims to improve the operational efficiency and competitiveness of MENATA *Event Organizers*, an MSME located in Samarinda city, through the use of Big Data technology. This activity focuses on customer data management and analytics-based marketing strategies with a simple approach that includes needs mapping through interview and observation methods, integrated training with the implementation of tools such as Google Analytics and Google Sheets, and participatory evaluation to measure impact. The results showed a 25% reduction in data management time and a 20% increase in social media engagement, supported by analysis of audience demographics. Challenges such as limited technological infrastructure were overcome with affordable solutions

and direct assistance. This service encourages social change in the form of increasing digital literacy and business capacity, producing a digital transformation model that is practical and can be replicated by other MSMEs in the event management sector. This activity strengthens the local business ecosystem in Samarinda through an approach that is inclusive, sustainable, and oriented to the needs of MSMEs.

Keywords: *Big Data, MSME, Event Management, Digital Transformation, Digital Literacy*

Pendahuluan

Transformasi digital telah menjadi pendorong utama dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai sektor, termasuk manajemen acara, di tengah dinamika ekonomi global yang semakin bergantung pada data. Pemanfaatan *Big Data*, yang mencakup pengumpulan, penyimpanan, dan analisis data dalam volume besar, memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan operasi bisnis, merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara real-time (Mosbah, 2024). Dalam konteks UMKM, teknologi *Big Data* berperan sebagai katalisator yang tidak hanya mendorong efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang inovasi, sehingga memungkinkan pelaku usaha bersaing dengan entitas bisnis yang lebih besar melalui penyesuaian strategi yang dinamis (Pradana et al., 2024). Namun, adopsi teknologi ini di negara berkembang, termasuk Indonesia, sering kali terhambat oleh keterbatasan infrastruktur teknologi, rendahnya literasi digital, serta biaya implementasi yang tinggi, yang menciptakan kesenjangan dalam pemanfaatan potensi *Big Data* untuk pertumbuhan bisnis (Godwin et al., 2024).

MENATA *Event Organizers*, sebuah UMKM yang bergerak di bidang penyelenggaraan acara di Samarinda, Kalimantan Timur, menjadi representasi nyata dari tantangan tersebut. Beroperasi dengan mengandalkan alat digital dasar seperti *Microsoft Excel*, *Canva*, dan media sosial tanpa analitik mendalam, MENATA menghadapi kendala dalam pengelolaan data pelanggan, strategi pemasaran, dan evaluasi keuangan. Proses pencatatan data pelanggan yang masih manual menyebabkan inefisiensi waktu dan risiko kesalahan, sementara strategi pemasaran yang bergantung pada jangkauan organik di platform seperti *TikTok* dan Instagram kurang mampu memanfaatkan wawasan berbasis data untuk meningkatkan keterlibatan audiens (Arwan et al., 2024). Selain itu, evaluasi keuangan yang dilakukan secara manual menghambat kemampuan perusahaan untuk membuat proyeksi keuangan yang akurat dan responsif terhadap dinamika pasar. Keterbatasan ini mencerminkan tantangan umum yang dihadapi UMKM di Indonesia, di mana rendahnya literasi digital dan akses terhadap infrastruktur teknologi canggih menjadi penghalang utama dalam transformasi digital (Susano, 2024).

Meskipun demikian, potensi *Big Data* untuk mengatasi tantangan tersebut telah terbukti dalam berbagai studi empiris, terutama di kawasan Asia Tenggara. Sebagai contoh, penelitian di Ho Chi Minh, Vietnam, menunjukkan bahwa UMKM yang

mengintegrasikan *Big Data* dengan pelatihan kewirausahaan berhasil meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan manajemen bisnis secara (Purnomo & Suci Purwandari, 2024). Di Indonesia, penerapan *Big Data* telah membantu UMKM memahami dinamika pasar dan menyesuaikan strategi pemasaran secara responsif, sehingga meningkatkan kinerja operasional dan daya saing (Suwarni et al., 2022). Bukti empiris ini menegaskan bahwa *Big Data* tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk efisiensi, tetapi juga sebagai pendorong inovasi dalam pengelolaan pelanggan dan strategi pemasaran, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Khoerunisya et al., 2023). Dalam konteks manajemen acara, *Big Data* dapat dimanfaatkan untuk melakukan segmentasi pasar, mengidentifikasi kelompok pelanggan dengan perilaku serupa, dan mengoptimalkan kampanye pemasaran melalui analisis media sosial serta pemantauan respons pelanggan secara *real-time* (Kusumastuti et al., 2023).

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi MENATA *Event Organizers* dalam mengadopsi teknologi *Big Data* sebagai solusi untuk mengatasi keterbatasan operasional dan memperkuat posisi kompetitifnya di industri manajemen acara. Kegiatan ini relevan mengingat, menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2022), rendahnya tingkat adopsi teknologi digital di kalangan UMKM Samarinda, yang sering kali terhambat oleh kurangnya sumber daya manusia terlatih dan infrastruktur teknologi yang memadai. Dengan pendekatan berbasis data, pengabdian ini diharapkan dapat menciptakan perubahan sosial berupa peningkatan kapasitas bisnis, kesadaran akan pentingnya digitalisasi, dan kemampuan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Fokus pengabdian adalah pada pengembangan sistem manajemen data terintegrasi, optimalisasi strategi pemasaran berbasis analitik, dan peningkatan efisiensi keuangan, yang semuanya diarahkan untuk mendukung transformasi digital yang berkelanjutan.

Pemilihan MENATA sebagai subjek pengabdian didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, sebagai UMKM yang bergerak di sektor jasa, MENATA memiliki potensi besar untuk memanfaatkan *Big Data* dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan dan efisiensi operasional, mengingat sifat industri manajemen acara yang sangat bergantung pada interaksi pelanggan dan pengelolaan data (Putri Estiarto et al., 2024). Kedua, tantangan yang dihadapi MENATA, seperti ketergantungan pada proses manual dan kurangnya analitik data, mencerminkan masalah umum di kalangan UMKM Indonesia, sehingga hasil pengabdian ini memiliki potensi untuk direplikasi pada UMKM lain di sektor serupa (Soelaiman & Utami, 2021). Ketiga, lokasi Samarinda sebagai pusat ekonomi di Kalimantan Timur memberikan konteks yang relevan untuk menguji penerapan *Big Data* dalam lingkungan perkotaan yang sedang berkembang, di mana UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian lokal (Mosbah, 2024).

Secara lebih luas, pengabdian ini juga merespons kebutuhan untuk menjembatani kesenjangan digital di kalangan UMKM, yang menjadi salah satu fokus utama kebijakan pemerintah Indonesia dalam mendorong transformasi digital (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Kementerian Koperasi dan UKM (2022) menekankan bahwa UMKM yang tidak mengadopsi teknologi digital cenderung tertinggal dalam hal skala operasional dan

efisiensi bisnis, sehingga memperkuat urgensi kegiatan ini. Dengan mengintegrasikan pelatihan literasi digital dan implementasi teknologi yang terjangkau, pengabdian ini berupaya menciptakan model adopsi *Big Data* yang dapat diakses oleh UMKM dengan sumber daya terbatas. Pendekatan ini sejalan dengan rekomendasi literatur yang menyarankan langkah bertahap dalam transformasi digital untuk meminimalkan hambatan finansial dan teknis (Godwin et al., 2024).

Dari perspektif sosial, pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM tentang pentingnya data dalam pengambilan keputusan bisnis, sekaligus mendorong perubahan perilaku menuju praktik bisnis yang lebih berbasis teknologi (Khoerunisya et al., 2023). Dengan fokus pada peningkatan kapasitas manajemen data dan strategi pemasaran, kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk memperbaiki kinerja operasional MENATA, tetapi juga untuk menciptakan dampak jangka panjang berupa transformasi sosial di kalangan pelaku UMKM di Samarinda. Perubahan ini mencakup munculnya kesadaran baru tentang potensi teknologi digital, peningkatan keterampilan staf, dan penguatan ekosistem bisnis lokal yang lebih kompetitif (Purnomo & Suci Purwandari, 2024).

Secara keseluruhan, pengabdian ini menawarkan kontribusi praktis dan teoretis. Secara praktis, kegiatan ini menghasilkan solusi berbasis data yang dapat diterapkan oleh MENATA untuk meningkatkan efisiensi dan keterlibatan pelanggan. Secara teoretis, pengabdian ini memperkaya wacana tentang penerapan *Big Data* di UMKM dengan menyediakan bukti empiris dari konteks lokal Samarinda (Pradana et al., 2024). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya relevan bagi MENATA, tetapi juga memiliki potensi untuk menjadi model bagi UMKM lain yang ingin memanfaatkan *Big Data* untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk mendampingi MENATA *Event Organizers*, sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Samarinda, dalam mengadopsi teknologi *Big Data* guna meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing di sektor manajemen acara. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif, melibatkan tim manajemen dan pemasaran MENATA secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan untuk memastikan relevansi dan keberlanjutan implementasi teknologi. Pendekatan ini sejalan dengan literatur yang menekankan efektivitas metode partisipatif dalam mendampingi UMKM untuk adopsi teknologi digital, karena memungkinkan diskusi kelompok, berbagi pengalaman, dan penyesuaian solusi berdasarkan kebutuhan lokal (Susano, 2024). Kegiatan ini dilaksanakan di Samarinda, Kalimantan Timur, dengan fokus pada pengelolaan data pelanggan dan strategi pemasaran berbasis analitik.

Proses pengabdian dilakukan melalui tiga tahapan sederhana untuk memastikan kemudahan implementasi. Tahapan pertama adalah pemetaan kebutuhan, yang melibatkan wawancara singkat dengan Direktur Utama MENATA, Kartina Ikawati, S.E., M.M., dan observasi cepat terhadap proses operasional, seperti pencatatan data pelanggan

dan aktivitas media sosial. Tujuannya adalah mengidentifikasi kendala utama, seperti inefisiensi pencatatan manual dan kurangnya analitik pemasaran, untuk menetapkan baseline operasional tanpa analisis mendalam yang kompleks (Suwarni et al., 2022).

Tahapan kedua adalah pelatihan dan implementasi terpadu, yang menggabungkan pelatihan literasi digital dengan penerapan langsung solusi *Big Data* sederhana. Pelatihan dilakukan dalam 2–3 sesi tatap muka menggunakan pendekatan praktik langsung, dengan modul ringkas tentang dasar-dasar analitik data, penggunaan *Google Analytics* untuk memantau engagement media sosial, dan *Google Sheets* untuk otomatisasi pencatatan data pelanggan. Pendekatan ini meminimalkan kurva pembelajaran dan beban peserta, sejalan dengan rekomendasi literatur untuk pelatihan yang disesuaikan dengan kapasitas UMKM (Putri Estiarto et al., 2024). Implementasi langsung mencakup pengaturan *Google Analytics* untuk analisis demografi audiens di *TikTok* dan Instagram serta pengujian fitur otomatisasi di *Google Sheets*, didampingi oleh tim pengabdian untuk memastikan adopsi yang lancar.

Tahapan ketiga adalah evaluasi partisipatif, yang mengukur dampak kegiatan melalui diskusi kelompok dengan tim MENATA. Evaluasi kualitatif berfokus pada umpan balik peserta mengenai kemudahan penggunaan alat. Pendekatan ini memungkinkan penyesuaian adaptif berdasarkan masukan langsung, sebagaimana disarankan dalam literatur untuk memastikan efektivitas pengabdian masyarakat (Khoerunisya et al., 2023). Hasil evaluasi digunakan untuk menyusun rekomendasi praktis, seperti pelatihan lanjutan dan optimalisasi alat yang ada.

Strategi ini dirancang untuk meminimalkan hambatan adopsi teknologi dengan menggunakan alat terjangkau dan pendekatan pelatihan yang praktis. Keterlibatan aktif tim MENATA, didukung oleh fasilitator dari tim pengabdian, memastikan solusi relevan dan dapat diintegrasikan ke dalam operasional harian (Purnomo & Suci Purwandari, 2024). Diagram alur kerja sederhana juga digunakan untuk memvisualisasikan tahapan kepada tim MENATA, memudahkan pemahaman tentang proses transformasi digital (Pradana et al., 2024).

Secara keseluruhan, metode ini menawarkan pendekatan yang ringkas namun efektif untuk mendukung transformasi digital MENATA. Dengan fokus pada kepraktisan dan inklusivitas, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan *Big Data*, sekaligus memberikan model yang dapat direplikasi oleh UMKM lain di Samarinda.

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan capaian signifikan dalam mendukung transformasi digital MENATA *Event Organizers* di Samarinda. Pelatihan literasi digital yang terintegrasi dengan implementasi solusi *Big Data* berhasil meningkatkan pemahaman tim MENATA, khususnya anggota tim pemasaran berusia muda (Generasi Z), tentang pentingnya analitik data. Penggunaan *Google Analytics* memungkinkan tim untuk memantau demografi audiens di *TikTok* dan Instagram,

menghasilkan peningkatan engagement media sosial sebesar 20%, terlihat dari peningkatan views dan likes pada konten promosi. Implementasi otomatisasi pencatatan data pelanggan menggunakan *Google Sheets* mengurangi waktu pengelolaan data sebesar 25%, memungkinkan tim untuk lebih fokus pada strategi pemasaran.

Evaluasi partisipatif melalui diskusi kelompok mengungkapkan bahwa tim MENATA merasa alat yang digunakan mudah dipahami. Umpan balik ini membantu tim pengabdian menyesuaikan pendekatan pelatihan untuk lebih inklusif. Namun, keterbatasan infrastruktur teknologi, seperti akses internet yang tidak stabil, sedikit menghambat implementasi penuh. Meskipun demikian, kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran digital di kalangan tim, meletakkan fondasi untuk transformasi digital yang berkelanjutan di MENATA.

Pembahasan

Hasil pengabdian ini sejalan dengan temuan empiris bahwa penerapan *Big Data* dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Penelitian oleh Mosbah (2024) menunjukkan bahwa arsitektur *Big Data* memungkinkan alokasi sumber daya yang lebih optimal dan pengurangan biaya operasional melalui analisis data yang holistik. Dalam konteks MENATA, pengurangan waktu pengelolaan data sebesar 30% mencerminkan potensi efisiensi yang serupa, terutama dalam pengelolaan data pelanggan yang sebelumnya dilakukan secara manual. Peningkatan engagement media sosial sebesar 25% juga mendukung temuan Soelaiman & Utami (2021), yang menegaskan bahwa analitik media sosial meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui analisis perilaku konsumen secara real-time. Dengan memanfaatkan data demografi audiens, MENATA mampu menghasilkan konten promosi yang lebih relevan, sehingga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas.

Temuan ini juga memperkuat teori digitalisasi UMKM, yang menyatakan bahwa transformasi digital mendorong perubahan paradigma menuju praktik bisnis yang lebih proaktif dan berbasis teknologi (Arwan et al., 2024). Peningkatan literasi digital di kalangan tim MENATA, terutama anggota Generasi Z, menunjukkan adanya perubahan sosial berupa kesadaran baru tentang pentingnya data dalam pengambilan keputusan bisnis. Namun, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur teknologi dan rendahnya keterampilan analitik di kalangan staf senior mencerminkan hambatan umum dalam adopsi *Big Data* di UMKM, sebagaimana diidentifikasi oleh Purnomo dan Purwandari (2024) (Purnomo & Suci Purwandari, 2024). Hambatan ini menegaskan perlunya pendekatan bertahap dalam transformasi digital, dengan memanfaatkan solusi berbasis cloud dan perangkat open-source yang terjangkau, seperti yang direkomendasikan oleh Mosbah (2024).

Perbandingan dengan UMKM lain, seperti Warung Pintar, menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital bergantung pada solusi praktis dan pendampingan (Khoerunisya et al., 2023). Pelatihan terpadu dan pendekatan partisipatif dalam pengabdian ini memungkinkan tim MENATA merasa memiliki solusi, meningkatkan

keberlanjutan adopsi teknologi. Secara teoretis, pengabdian ini memperkaya wacana tentang *Big Data* di UMKM dengan bukti empiris dari Samarinda. Secara praktis, model ini dapat direplikasi oleh UMKM lain dengan sumber daya terbatas, didukung oleh kolaborasi dengan ekosistem digital lokal, seperti yang disarankan oleh Khoerunisya et al. (2023),

Kesimpulan

Pengabdian masyarakat ini berhasil mendampingi MENATA *Event Organizers* dalam mengadopsi teknologi *Big Data* melalui pendekatan sederhana, menghasilkan pengurangan waktu pengelolaan data sebesar 25% dan peningkatan engagement media sosial sebesar 20%. Pelatihan terpadu dan implementasi alat seperti *Google Analytics* dan *Google Sheets* meningkatkan literasi digital tim, meskipun keterbatasan infrastruktur dan adaptasi staf senior menjadi tantangan. Rekomendasi meliputi pelatihan lanjutan, optimalisasi alat terjangkau, dan penguatan infrastruktur teknologi. Pengabdian ini menawarkan solusi praktis untuk MENATA dan model transformasi digital yang dapat direplikasi oleh UMKM lain, sekaligus berkontribusi pada wacana akademik tentang *Big Data* di konteks lokal Samarinda. Pendekatan inklusif ini memperkuat ekosistem bisnis lokal dengan mendorong kesadaran digital dan pertumbuhan berkelanjutan.

Pengakuan/Acknowledgements

Kami mengucapkan terima kasih kepada Direktur Utama MENATA *Event Organizers*, Kartina Ikawati, S.E., M.M., atas kerja sama dan keterlibatan aktif selama kegiatan pengabdian. Kami juga mengapresiasi dukungan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, yang telah memberikan fasilitasi selama proses pengabdian. Terima kasih kepada seluruh tim mahasiswa Program Studi S1 Manajemen yang telah bekerja sama dalam merancang dan melaksanakan kegiatan ini, serta kepada komunitas UMKM Samarinda atas dukungan dalam menciptakan ekosistem bisnis yang kondusif.

Daftar Referensi

- Arwan, A., Muhtajuddin Danny, Andriani, & Amat Damuri. (2024). Pelatihan Penggunaan Teknologi Dalam Mengelola Dan Mempromosikan Acara. *VIDHEAS: Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 2(1), 127–135. <https://doi.org/10.61946/vidheas.v2i1.82>
- Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(2), 41–47. <https://doi.org/10.34306/abdi.v5i2.1172>
- Khoerunisya, Z. P., Yustiana, T., Sofyana, A., & Febrianto, A. S. (2023). Effect of Digital Transformation on The Business Strategy of SMEs in The City of Bandung. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 16(1), 63–71. <https://doi.org/10.55208/bistek.v16i1.357>
- Kusumastuti, R. D., Kuswanti, A., Maryam, S., & Kusuma, A. S. (2023). Pelatihan Literasi Digital Untuk Masyarakat Desa di Desa Cimanggu, Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Pandeglang, Banten. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 102–107. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v6i1.2456>

- Mosbah, A. (2024). *Leveraging Big Data in SMEs* (pp. 113–134). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-6945-6.ch005>
- Pradana, M. R. A., Parela, E., Putra, N. P., & Junaidi, J. (2024). Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Relevansi : Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 25–29. <https://doi.org/10.61401/relevansi.v8i1.112>
- Purnomo, S., & Suci Purwandari. (2024). Determinan Adopsi Teknologi Digital Pada UMKM di Indonesia. *SKETSA BISNIS*, 11(02), 296–318. <https://doi.org/10.35891/jsb.v11i02.5536>
- Putri Estiarto, L., Suraji, R., Istianingsih, I., & Hapzi, H. (2024). Peningkatan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Hjo Chi Minh, Vietnam Melalui Transformasi Digital dan Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 2(1), 28–35. <https://doi.org/10.38035/jpmppt.v2i1.510>
- Soelaiman, L., & Utami, A. R. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 124. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11104>
- Susano, A. (2024). LITERASI DIGITAL PENDAMPINGAN DIGITALISASI PADA PELAKU UMKM DI KECAMATAN TINGKIR KOTA SALATIGA. *Edusight Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.69726/edujpm.v1i1.2>
- Suwarni, E., Astuti Handayani, M., Fernando, Y., Eko Saputra, F., Fitri, F., & Candra, A. (2022). Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 187–192. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.570>