

PKM Digitalisasi UMKM di Nagari Guguak Kabupaten Sijunjung

Hendri Andi Mesta¹, Erly Mulyani², Husnil Khatimah³, Astri Yuza Sari⁴, Halkadri Fitra^{5*}

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, halkadri.fitra@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.24036/manaruko.v3i2.43>

Diterima: 29-11-2024

Revisi : 09-12-2024

Available Online: 11-12-2024

A B S T R A C T

The training on digitalization of SMEs in Nagari Guguak, Sijunjung Regency, aims to enhance the capacity of micro, small, and medium enterprises (SMEs) in leveraging digital technology to grow their businesses. This activity is part of an effort to support the digital-based economic transformation, which can improve the competitiveness of SMEs in the modern era. The training covers using digital platforms for marketing, digital payment systems, and efficient business management through information technology. Participants were also educated on the importance of having a digital presence to expand markets and improve operational efficiency. By involving local SMEs, this program is expected to provide new insights into the vast potential offered by the digital world and help businesses optimize online marketing. The training aims to enable participants to improve their business performance, expand their networks, and reach a broader customer base, contributing to the growth of both the local and national economy. The training was attended by business owners from various sectors, including food, handicrafts, and services in Nagari Guguak.

A B S T R A K

Pelatihan tentang digitalisasi UMKM di Nagari Guguak, Kabupaten Sijunjung, bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bagian dari upaya mendukung transformasi ekonomi berbasis digital yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di era modern. Pelatihan ini mencakup materi tentang penggunaan platform digital untuk pemasaran, sistem pembayaran digital, serta pengelolaan usaha secara efisien melalui teknologi informasi. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya kehadiran digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan melibatkan para pelaku UMKM lokal, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang potensi besar yang ditawarkan oleh dunia digital dan membantu mereka dalam mengoptimalkan pemasaran produk secara online. Melalui pelatihan ini, diharapkan peserta dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka, memperluas jaringan, serta menjangkau konsumen yang lebih luas, sehingga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Pelatihan ini diikuti oleh berbagai pelaku usaha dari sektor pangan, kerajinan, dan jasa yang ada di Nagari Guguak.

KEYWORD

Digitalisasi, Guguak, Pemasaran, Pelaporan, UMKM



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Some rights reserved

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi kebutuhan mendesak di berbagai sektor, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era transformasi digital, UMKM memiliki peluang besar untuk meningkatkan efisiensi

dan memperluas pasar melalui pemanfaatan teknologi. Namun, banyak pelaku UMKM di daerah pedesaan, seperti di Nagari Guguak, Kabupaten Sijunjung, masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital. Hambatan ini meliputi minimnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, dan kurangnya pelatihan yang relevan (Kemenkop UKM RI, 2021; Susilo, 2021; Tambunan, 2019).

Nagari Guguak merupakan salah satu dari tujuh Nagari atau Desa yang berada di kecamatan Koto Tujuh Kabupaten Sijunjung dengan luas sekitar 19,88 km² memiliki jumlah penduduk pada tahun 2023 sejumlah 2.499 jiwa luas dengan jarak lebih kurang 25 Km dari kota Kabupaten, terletak 190-211 meter di atas permukaan laut dan titik Koordinat 00,57826°LS & 100,85674°BT dengan suhu rata-rata 24-34 derajat celsius dan curah hujan 169,1 mm dikenal sebagai wilayah dengan potensi besar dalam sektor UMKM, terutama pada bidang pertanian, kerajinan tangan, dan makanan olahan (BPS Kab. Sijunjung, 2024). Meski demikian, sebagian besar pelaku usaha di Nagari Guguak masih menggunakan metode pemasaran tradisional, sehingga sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Kondisi ini menjadikan digitalisasi sebagai langkah penting untuk meningkatkan daya saing UMKM lokal, mendukung pertumbuhan ekonomi wilayah, dan menciptakan kemandirian usaha (Bank Indonesia, 2022; BPS RI, 2021).

Dalam era Society 5.0, UMKM harus dapat mengikuti perkembangan industri 4.0 dan transformasi masyarakat 5.0 supaya tetap bisa bertahan. (Juwita & Handayani, 2022; Salihah, 2021). Era Society 5.0 berpotensi besar meningkatkan kemandirian perekonomian dan kualitas hidup dalam berbagai aspek, namun hal ini bergantung pada penerapan strategi bersaing dan positioning (Anjarwati. Sri et al., 2023; Syarif et al., 2023; Taufikurrahman, 2023). Sebagai bagian dari program pengembangan ekonomi daerah, pelatihan digitalisasi UMKM di Nagari Guguak dirancang untuk memberikan edukasi praktis tentang penggunaan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi manajemen bisnis. Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan keterampilan dalam pemasaran, branding, pengelolaan keuangan, dan perluasan jaringan usaha. Dengan pendekatan pelatihan yang sesuai kebutuhan lokal, diharapkan hasilnya akan lebih efektif dan berkelanjutan (Karim, 2020; Maulidiyah, 2023; Siswanto, 2020).

Kegiatan ini sejalan dengan agenda nasional yang menargetkan digitalisasi UMKM sebagai pilar pembangunan ekonomi inklusif (Kemenkop UKM RI, 2021). Program pemerintah seperti *Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia* juga turut mendorong UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk mereka (Kemenkop UKM RI, 2021; Tambunan, 2019). Nagari Guguak dipilih sebagai salah satu lokasi prioritas karena tingginya potensi ekonomi masyarakat setempat dan keinginan yang kuat untuk berkembang di era digital.

Selain itu, pelatihan ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan teknologi antara daerah perkotaan dan pedesaan. Dengan memberikan akses kepada teknologi digital dan pelatihan yang memadai, pelaku UMKM di Nagari Guguak diharapkan dapat bersaing secara adil di pasar lokal, nasional, maupun internasional. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan usaha tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Keberhasilan pelatihan digitalisasi UMKM di Nagari Guguak akan berdampak signifikan bagi perekonomian lokal. Dengan UMKM yang lebih adaptif terhadap teknologi, wilayah ini dapat menjadi model pengembangan ekonomi berbasis digital bagi daerah lainnya. Upaya ini juga mendukung agenda pembangunan berkelanjutan yang menitikberatkan pada inklusi ekonomi dan pemberdayaan masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan digitalisasi UMKM di Nagari Guguak menggunakan pendekatan yang terstruktur dan berbasis kebutuhan lokal. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan pelaku UMKM melalui survei awal dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*, FGD) dengan pelaku usaha lokal. Langkah ini bertujuan untuk memahami tantangan utama yang dihadapi, seperti kurangnya pemahaman tentang e-commerce, keterbatasan penggunaan media sosial untuk pemasaran, atau minimnya pengetahuan tentang aplikasi manajemen keuangan. Data dari tahapan ini menjadi dasar untuk merancang materi pelatihan yang relevan.

Selanjutnya, pelatihan dilaksanakan dengan metode workshop interaktif yang difasilitasi oleh para ahli di bidang digitalisasi bisnis. Ada 2 narasumber yang dihadirkan dalam kegiatan pelatihan ini yaitu ahli pemasaran digital Astri Yuza Sari, SE, MM dan ahli manajemen keuangan Halkadri Fitra, SE, MM, Ak. Dalam sesi ini, peserta diberi pengenalan praktis tentang penggunaan platform digital seperti marketplace, media sosial, manajemen keuangan dan aplikasi pengelolaan bisnis. Selain itu, pelatihan juga mencakup simulasi langsung, seperti membuat akun di platform e-commerce, mendesain konten pemasaran digital, dan menggunakan perangkat lunak untuk mengelola transaksi. Metode *hands-on* ini dirancang agar peserta dapat langsung mempraktikkan materi yang diberikan.

Untuk memastikan keberlanjutan program, pelatihan juga melibatkan sesi pendampingan individu. Setiap peserta mendapatkan kesempatan untuk berkonsultasi langsung dengan mentor terkait tantangan spesifik yang mereka hadapi dalam digitalisasi usaha. Pendampingan ini membantu pelaku UMKM mengatasi hambatan teknis

atau strategis yang mungkin muncul setelah pelatihan. Fokus pada kebutuhan individu memastikan bahwa pelatihan dapat memberikan dampak yang lebih efektif.

Selain itu, pelatihan menggunakan metode belajar bersama dalam kelompok kecil untuk mendorong kolaborasi dan berbagi pengalaman antar peserta. Dalam kelompok ini, peserta diajak untuk mendiskusikan tantangan yang mereka hadapi dan mencari solusi bersama. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman tetapi juga membangun jaringan antara pelaku UMKM di Nagari Guguak yang saling mendukung satu sama lain.

Untuk mendukung transfer pengetahuan yang lebih efektif, materi pelatihan disediakan dalam bentuk modul digital dan video tutorial. Peserta dapat mengakses materi ini kapan saja sebagai referensi atau panduan ketika menerapkan teknologi dalam usaha mereka. Dengan memanfaatkan teknologi seperti WhatsApp atau platform e-learning sederhana, peserta dapat melanjutkan pembelajaran secara mandiri bahkan setelah pelatihan selesai.

Salah satu inovasi dalam pelatihan ini adalah penerapan studi kasus lokal. Setiap peserta diberikan contoh nyata dari pelaku usaha serupa yang berhasil mengadopsi digitalisasi. Studi kasus ini berfungsi sebagai inspirasi sekaligus panduan praktis untuk mengatasi masalah yang relevan dengan konteks usaha mereka. Pendekatan ini membantu peserta memahami bahwa transformasi digital dapat dicapai dengan langkah-langkah yang sistematis dan sederhana.

Tidak hanya fokus pada keterampilan teknis, pelatihan ini juga memberikan pemahaman strategis tentang branding dan pemasaran digital. Peserta diajarkan cara menciptakan identitas merek yang kuat, memilih kanal pemasaran yang tepat, dan menggunakan analitik untuk mengevaluasi hasil kampanye digital. Hal ini penting agar pelaku UMKM tidak hanya mampu memanfaatkan teknologi tetapi juga memahami bagaimana teknologi dapat mendukung pertumbuhan usaha mereka secara menyeluruh.

Pelatihan ini juga melibatkan peran mitra strategis, seperti pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha yang lebih mapan. Mitra-mitra ini berfungsi sebagai pendukung dalam penyediaan sumber daya, pendampingan, dan peluang kerja sama bisnis. Dengan melibatkan banyak pihak, pelatihan ini tidak hanya fokus pada edukasi tetapi juga membuka akses baru untuk pengembangan usaha UMKM.

Untuk memperkuat hasil, kegiatan monitoring dan evaluasi (MONEV) dilakukan secara berkala. Proses ini meliputi wawancara dan pengumpulan data kualitatif maupun kuantitatif terkait perkembangan UMKM setelah pelatihan. Hasil MONEV digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan program, menilai efektivitas materi pelatihan, serta mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki pada pelatihan berikutnya.

Terakhir, pelatihan ini didukung oleh teknologi digital sebagai alat utama untuk komunikasi dan pelaporan hasil. Seluruh peserta diundang untuk tetap terhubung melalui grup online, seperti di WhatsApp atau Telegram, yang memfasilitasi diskusi lanjutan dan berbagi pengalaman. Dengan adanya dukungan komunitas ini, pelaku UMKM dapat terus belajar dan berkembang bersama, menjadikan pelatihan sebagai langkah awal untuk transformasi digital yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 21 Agustus 2024 bertempat di ruang pertemuan kantor Wali Nagari Guguak Kecamatan Tujuh Koto Kabupaten Sijunjung. Kegiatan dimulai dengan sambutan dari Ketua Tim Pelaksana kegiatan Pengabdian Masyarakat, selanjutnya sambutan sekaligus pembukaan kegiatan acara oleh Wali Nagari Guguak. Setelah acara pembukaan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh 2 pemateri yaitu Astri Yuza Sari, SE, MM sebagai pemateri 1 dengan topik pemasaran digital dan Halkadri Fitra, SE, MM, Ak sebagai pemateri 2 tentang manajemen keuangan UMKM.



Gambar 1. Kegiatan Acara Pembukaan Kegiatan

Untuk sesi pemaparan materi, Pemateri 1 yang menjelaskan tentang pemasaran digital menyampaikan point-point materi sebagai berikut:

1. Pelatihan dimulai dengan memberikan pengantar mengenai konsep pemasaran digital dan perbedaannya dengan pemasaran tradisional. Peserta diajak untuk memahami bahwa pemasaran digital adalah strategi promosi yang memanfaatkan platform online seperti media sosial, e-commerce, dan situs web untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam sesi ini, peserta juga diperkenalkan pada berbagai platform digital seperti Facebook, Instagram, dan TikTok untuk pemasaran konten, serta marketplace seperti Shopee atau Tokopedia untuk memperluas distribusi produk. Dengan pemahaman dasar ini, peserta mulai melihat potensi besar teknologi digital dalam meningkatkan daya saing usaha mereka.
2. Selanjutnya, materi pelatihan berfokus pada strategi pemasaran konten (content marketing) yang efektif. Peserta diajarkan cara membuat konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan target pasar mereka. Contoh praktis diberikan, seperti cara mengambil foto produk yang baik menggunakan ponsel, menulis deskripsi produk yang menarik, dan merancang kampanye promosi menggunakan Canva atau aplikasi desain lainnya. Dalam sesi ini, peserta juga belajar tentang pentingnya konsistensi merek (branding) dan bagaimana menggunakan analitik media sosial untuk mengevaluasi efektivitas konten mereka.
3. Pada tahap akhir, peserta dilatih untuk memahami pengelolaan iklan digital berbayar. Materi mencakup cara membuat kampanye iklan menggunakan Facebook Ads atau Google Ads, memilih target audiens yang tepat, dan mengatur anggaran iklan agar efisien. Simulasi dilakukan untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam merancang dan menjalankan kampanye iklan. Selain itu, peserta diajarkan cara membaca laporan iklan untuk mengukur hasil dan meningkatkan strategi di masa depan. Sesi ini bertujuan agar peserta mampu menggunakan pemasaran digital secara maksimal untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan usaha mereka.



Gambar 2. Pemaparan Materi oleh Narasumber 1

Selanjutnya pemateri 2 menjelaskan topik manajemen keuangan UMKM menyampaikan point-point materi sebagai berikut:

1. Pelatihan dimulai dengan memberikan pengantar mengenai pentingnya manajemen keuangan dalam UMKM, menyoroti bagaimana pengelolaan keuangan yang baik dapat meningkatkan stabilitas usaha dan mendorong pertumbuhan. Peserta diajak untuk memahami konsep dasar manajemen keuangan, seperti pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan transaksi secara teratur, dan pentingnya pengelolaan arus kas (cash flow). Dalam sesi ini, diberikan contoh kasus sederhana untuk menjelaskan dampak buruk dari pengelolaan keuangan yang tidak terstruktur, seperti kesulitan membayar pemasok atau ketidakmampuan untuk berinvestasi pada perluasan usaha.
2. Selanjutnya, peserta dilatih untuk menggunakan alat dan aplikasi digital untuk membantu pencatatan keuangan. Materi meliputi pengenalan aplikasi seperti BukuKas, QuickBooks, atau Excel untuk mencatat pemasukan, pengeluaran, dan memonitor arus kas secara otomatis. Peserta diajak melakukan simulasi langsung, mulai dari membuat laporan keuangan sederhana hingga menghitung laba bersih. Sesi ini juga mencakup pentingnya membuat anggaran usaha, perencanaan keuangan jangka panjang, dan bagaimana membaca laporan keuangan untuk mengambil keputusan strategis.

3. Pada tahap akhir, peserta diberikan pemahaman tentang pengelolaan hutang dan modal usaha. Materi mencakup cara mengelola pinjaman usaha secara bijak, menghitung kemampuan membayar kembali cicilan, dan memanfaatkan modal dengan efisien untuk meningkatkan produktivitas. Selain itu, peserta diajarkan cara menentukan harga produk berdasarkan struktur biaya dan margin keuntungan yang realistis. Dengan penguasaan keterampilan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu mengelola keuangan mereka secara mandiri dan profesional, sehingga usaha mereka lebih siap menghadapi tantangan di masa depan.



Gambar 3. Pemaparan Materi oleh Narasumber 3

Acara kegiatan pelatihan dimulai dari jam 07.30 WIB hingga selesai jam 17.00 WIB ditutup secara resmi oleh Wali Nagari Guguak Kecamatan Koto Tujuh Kabupaten Sijunjung dan diakhir dengan sesi foto bersama. Semua peserta kegiatan antusias dan banyak bertanya tentang pembuatan dan pengelolaan pemasaran yang dilakukan secara digital dan menggunakan media teknologi yang sedang berkembang. Serta banyak juga peserta bertanya tentang perhitungan harga pokok produk dan harga pokok penjualan serta pengelolaan keuangan usaha supaya lebih efektif dan produktif.

Diskusi mengenai pemasaran digital dalam pelatihan UMKM ini peserta diminta untuk diskusi tentang **pemahaman dasar pemasaran digital**. Peserta diajak untuk mendalami perbedaan mendasar antara pemasaran tradisional dan digital, termasuk keunggulan digital dalam menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Diskusi ini juga mencakup pentingnya memahami perilaku konsumen di era digital, seperti kecenderungan untuk mencari informasi produk secara online sebelum membeli. Melalui dialog ini, peserta dapat berbagi pengalaman mereka dalam menggunakan metode tradisional dan mendiskusikan tantangan yang dihadapi saat beralih ke pemasaran digital.

Selanjutnya, topik diskusi berfokus pada **strategi pemasaran konten dan penggunaan platform digital**. Peserta didorong untuk membahas platform yang paling relevan dengan bisnis mereka, seperti Instagram, TikTok, atau marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Dalam sesi ini, diskusi melibatkan cara membuat konten menarik, seperti foto produk berkualitas, video promosi kreatif, atau deskripsi produk yang informatif. Peserta juga berbagi ide tentang bagaimana mereka bisa memanfaatkan fitur seperti Instagram Stories atau TikTok Ads untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Bagian akhir diskusi melibatkan **evaluasi efektivitas pemasaran digital**. Peserta diajak untuk memahami cara membaca data analitik dari platform seperti Facebook Insights atau Google Analytics. Topik ini mencakup bagaimana mengukur keberhasilan kampanye, seperti melalui peningkatan jumlah pengunjung, penjualan, atau interaksi konsumen. Diskusi ini memberi kesempatan kepada peserta untuk berbagi kendala yang mereka hadapi dalam mengelola kampanye digital, seperti menentukan anggaran iklan atau memilih audiens target yang tepat. Melalui diskusi ini, peserta dapat memperoleh masukan yang bermanfaat dan strategi praktis untuk mengoptimalkan pemasaran digital mereka.



Gambar 4. Foto Bersama Penutupan Kegiatan

Untuk sesi materi manajemen keuangan UMKM maka topik diskusi dimulai dengan pengenalan pentingnya pengelolaan keuangan yang terstruktur. Dalam sesi ini, peserta membahas manfaat pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha serta dampak negatif dari pencampuran kedua jenis keuangan tersebut. Diskusi sering melibatkan pengalaman nyata dari peserta yang menghadapi tantangan dalam mengatur arus kas, seperti kesulitan membayar pemasok karena tidak adanya pencatatan keuangan yang jelas. Melalui dialog ini, peserta memperoleh pemahaman tentang pentingnya pencatatan transaksi yang teratur sebagai fondasi dari manajemen keuangan yang baik. Selanjutnya, diskusi beralih pada penggunaan alat dan teknik pencatatan keuangan. Peserta diajak untuk berbagi pengalaman tentang metode yang mereka gunakan, baik manual maupun digital, untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran. Topik ini mencakup diskusi tentang aplikasi keuangan seperti BukuKas, QuickBooks, atau penggunaan lembar kerja Excel. Peserta juga mendiskusikan kelebihan dan kekurangan masing-masing alat ini, termasuk tantangan dalam menggunakannya. Dialog ini bertujuan untuk membantu peserta memilih alat pencatatan yang sesuai dengan kebutuhan usaha mereka.

Bagian akhir diskusi menyoroti pengelolaan modal usaha dan perencanaan keuangan jangka panjang. Dalam topik ini, peserta membahas bagaimana mengelola hutang usaha secara bijak, termasuk cara menghitung kemampuan membayar cicilan atau mencari sumber pendanaan yang tepat. Diskusi juga mencakup cara menetapkan harga produk yang realistis berdasarkan struktur biaya dan margin keuntungan yang diinginkan. Peserta saling bertukar ide tentang cara memprioritaskan pengeluaran untuk mendukung pertumbuhan usaha, seperti investasi dalam pemasaran digital atau pembelian peralatan baru. Melalui diskusi ini, peserta mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang pengelolaan keuangan yang efektif untuk menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan tentang digitalisasi UMKM di Nagari Guguak, Kabupaten Sijunjung, berhasil memberikan pemahaman yang mendalam kepada para pelaku usaha mengenai pentingnya transformasi digital dalam mengembangkan bisnis mereka. Melalui pelatihan ini, peserta mendapatkan wawasan tentang pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, sistem pembayaran online, serta pengelolaan usaha secara lebih efisien dan terstruktur. Pelatihan ini juga mendorong para pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform digital, yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di pasar global. Diharapkan, dengan keterampilan baru yang diperoleh, peserta dapat mengimplementasikan solusi digital dalam operasional mereka, serta merasakan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini berkontribusi pada upaya pemberdayaan UMKM di Nagari Guguak dalam menghadapi tantangan ekonomi digital, dan diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal dan nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Negeri Padang (LPPM UNP) atas dukungan dana dan motivasi yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat berjalan sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2022). *Digitalisasi UMKM: Meningkatkan Daya Saing melalui Teknologi*. Www.Bi.Go.Id.
- BPS Kab. Sijunjung. (2024). *Kecamatan Koto Tujuh Dalam Angka 2024*. BPS Kabupaten Sijunjung.
- BPS RI. (2021). *Statistik UMKM Indonesia*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(5), 249–255. <https://doi.org/10.17977/um068v2i52022p249-255>
- Karim, A. (2020). Digitalisasi UMKM: Manfaat dan Tantangan. . . *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 123–136.
- Kemenkop UKM RI. (2021). *Strategi Nasional Digitalisasi UMKM 2021-2024*. Kemenkop UKM RI.
- Maulidiyah, W. (2023). Strategi Pemberdayaan Bisnis Masyarakat Melalui Aktivitas Digitalisasi UMKM Guna Mengoptimalkan Potensi Penjualan (Studi Kasus Pada UMKM Gudang Sandal). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 344–352. https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Salihah, K. (2021). Strategi Bauran Pemasaran dalam Marketing 5.0. . *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 3(1), 1–19.
- Siswanto, R. (2020). Strategi Pemberdayaan Bisnis: Konsep dan Implikasi pada Kinerja Bisnis. . . *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 123–136.
- Anjarwati. Sri, Rosye Rosaria Zaena, Dwi Fitrianiingsih, & Indra Sulistiana. (2023). Pengaruh Digitalisasi Akuntansi Terhadap Efisiensi Dan Pengurangan Biaya Pada Perusahaan Wirausaha UMKM Di Kota Bandung. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 43–58.
- Susilo, D. (2021). Digitalisasi UMKM: Peluang dan Tantangan di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 10(2), 45–60.
- Syarif, D., Hidayat, D., & Yunita, E. (2023). Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri di Desa Tebing Tinggi Tapan. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (1), 1–7. <https://bit.ly/PJSPQRIS>
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Ghalia Indonesia.
- Taufikurrahman. (2023). Pengaruh Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Smille Bouquet Di Desa Kedungdalem. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*. <https://Jurnal2.Untagsmg.Ac.Id/Index.Php/Transformasi/Article/View/770/717.>, 2(2), 240–249.