

Pengembangan Aplikasi AP3EL UMKM pada Sistem Pemasaran dan Peningkatan Hasil Produksi Tenun Ikat Nusa Lontar

Jose Augusto Duarte Guterres¹, Vera Selfiana Adoe², Yermias J. I. Leuhoe³, Vitho Elion Lima⁴, Yane Octaviana Pay⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Informatika Komputer Artha Buana, Kupang
agoestiles@gmail.com¹, veraanwar08@gmail.com², siqma01@gmail.com.com³, vitho5e@gmail.com⁴,
yanepay05@gmail.com⁵

Abstract

The Nusa Lontar Weaving Group is located at RT 24 RW 06, Lasiana Village, Kelapa Lima District, East Nusa Tenggara Province. The Nusa Lontar Weaving Business Group is coordinated by Mrs. Yakoba Tangu Dedo with a total production workforce of 14 members. In the results of direct research and observation that has been carried out, the researcher found the obstacles faced by the Nusa Lontar Weaving Group, namely the system of selling the products is still carried out conventionally by marketing them directly to consumers and marketing them through events with an uncertain period of time so as to limit the space and time for the promotion of the products of Weaving. In addition, business actors have also promoted and sold through the Facebook marketplace media where sales through Facebook media are still not maximal to get income due to limited details on each product and also if a search is carried out, the results displayed are not in accordance with the search keywords so that the target sales expectations of the production are still categorized as not meeting the expectations of the MSME group. Based on the findings that have been presented and the findings found by the researcher through the results of observation, the researcher creates, designs and implements an application with the title AP3EL MSMEs through the Rappid Application Development (RAD) Method where this method has 4 (four) Main Stages (Planning, Desing, Construction, Cutover) and 7 (seven) for Implementation of Community Service Activities Activity Implementation Process with the hope of helping MSME business actors in marketing MSME products. The application that the author offers does not rule out the possibility for other business groups to promote MSME production and every business actor, can find out the sales results in real time.

Keywords:

UMKM
Pemasaran
Titik Lokasi
RAD

Abstrak

Kelompok Tenun Nusa Lontar terletak di RT 24 RW 06 Kelurahan Lasiana Kecamatan Kelapa Lima Provinsi Nusa Tenggara Timur. Kelompok Usaha Tenun Nusa Lontar dikoordinir oleh Ibu Yakoba Tangu Dedo dengan jumlah tenaga kerja produksi sebanyak 14 orang anggota. Dalam Hasil Penelitian dan Observasi secara langsung yang telah dilakukan, Peneliti menemukan kendala yang dihadapi oleh Kelompok Tenun Nusa Lontar yaitu sistem penjualan hasil produksi masih dilakukan secara konvensional dengan memasarkannya secara langsung kepada konsumen serta memasarkannya melalui *event-event* dengan jangka waktu yang kurang menentu sehingga membatasi ruang dan waktu pelaksanaan promosi hasil produksi Tenun. Selain itu, para pelaku usahapun telah melakukan promosi dan penjualan melalui media marketplace facebook yang mana penjualan melalui media facebook-pun masih kurang maksimal untuk mendapatkan pendapatan

dikarenakan terbatasnya detail pada setiap produk dan juga jika dilakukan pencarian maka hasil yang ditampilkan kurang sesuai dengan kata kunci pencarian sehingga target harapan penjualan hasil produksi masih dikategorikan kurang memenuhi harapan kelompok UMKM. Berdasarkan hasil temuan yang telah dipaparkan serta hasil temuan yang ditemui peneliti melalui hasil observasi maka peneliti membuat, merancang dan mengimplementasikan sebuah aplikasi dengan judul AP3EL UMKM melalui Metode Rappid Application Development (RAD) dimana metode ini memiliki 4 (empat) Tahapan Utama (Planning, Desing, Construction, Cutover) dan 7 (tujuh) Proses Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan harapan agar dapat membantu pelaku usaha UMKM dalam memasarkan hasil produksi UMKM. Aplikasi yang penulis tawarkan tidak menutup kemungkinan bagi kelompok usaha lainnya dapat melakukan promosi hasil produksi UMKM serta Setiap pelaku usaha, dapat mengetahui hasil penjualan secara riil time.

Corresponding Author:

Jose Augusto Duarte Guterres
Program Studi Teknik Informatika
Sekolah Tinggi Informatika Komputer Artha Buana
agoestiles@gmail.com

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan kepanjangan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yang merupakan usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil dan menengah yang dibuat berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan (Indonesia, 1995). UMKM tumbuh subur di sejumlah daerah termasuk di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Pelaku UMKM di NTT pada tahun 2020 sebanyak 153.734 pelaku usaha, tahun 2021 sebanyak 156.305 pelaku usaha, dan tahun 2022 terjadi peningkatan yaitu sebanyak 168.002 pelaku usaha. Data pada Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur tahun 2022, Pelaku Usaha UMKM yang berada di kota kupang sebanyak 3.877 sedangkan di kabupaten kupang sebanyak 8.702 pelaku usaha UMKM (NTT, 2023). Masyarakat Kota Kupang dan Kabupaten Kupang memiliki talenta dalam menunjang kehidupannya dengan berwirausaha, terutama berwirausaha pada bidang UMKM antara lain Usaha penjualan Tenun, Penjualan Sofa/Kursi dari barang bekas.

Menurut data dari media online tribunnews kupang, Pemerintah Provinsi NTT telah melakukan pelatihan-pelatihan digital melalui Badan Pengurus Daerah Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Provinsi Nusa Tenggara Timur atau BPD PHRI NTT dimana berdasarkan data hasil pelatihan oleh BPD PHRI NTT dalam acara Pelatihan dan Training Digital Marketing Gratis, pada tahun 2022, pelaku UMKM sebanyak 172 ribu namun yang menerapkan digitalisasi hanya 7 persen (POS-KUPANG.COM, 2023). Penjualan melalui media digital menjadi salah satu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring social (Ayu Larasati dkk., 2022) dengan tujuan dapat membantu membantu pelaku usaha UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa serta memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak dan cara berkomunikasi (Hermita dkk., 2022) sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas (Hendriadi dkk., 2019).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di kelurahan lasiana di bulan Maret Tahun 2024, Jumlah Pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Lasiana sebanyak 413 UMKM dengan titik lokasi tersebar di 36 RT dan dikelompokkan kedalam 2 kategori UMKM yaitu UMKM dengan usaha Menengah sebanyak 6 kelompok usaha antara lain: 1) kelompok usaha Tenun yang berlokasi di RT 21 dan 22; 2) Kelompok Usaha Pisang Gepeng berlokasi di RT 21 dan 22; 3) Kelompok Usaha Gula Lempeng berlokasi di RT 22; 4) Kelompok Usaha Abon Ikan berlokasi di RT 8; 5) Kelompok Usaha Dedang Ikan berlokasi di RT 35; 6) Kelompok Usaja Pangan Lokal berlokasi di RT 19; UMKM. Sedangkan Kelompok usaha dengan kategori usaha Kecil seperti Kios, Pedangan Sayur, Pedagang Ikan, dan Pedagang lainnya yang memiliki standar kelompok usaha dengan rata-rata pemasukan kurang dari 1 Juta Per Minggu, Kelompok usaha kecil tersebar wilayah Kelurahan Lasiana yang berlokasi di RT 1, RT 2, RT 16 – RT 21, RT 24 – RT 27, RT 31 dan RT 34.

Kelompok UMKM di Kelurahan Lasiana secara keseluruhan dipantau dan dipandu secara langsung oleh Kelurahan Lasiana. Adapaun Upaya yang telah dilakukan oleh kelurahan lasiana seperti mengikutsertakan para pelaku usaha mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah provinsi NTT serta membantu memasarkan/mempromosikan produk hasil UMKM dari kelompok

usaha dengan menyebarkan informasi kepada pelaku UMKM untuk mengikuti event-event seperti event Pameran maupun event lainnya yang diselenggarakan oleh pihak lain.

Selain hasil temuan yang telah di publish oleh media kupang tribunnews, peneliti juga pada tahun 2024 melakukan observasi pada 2 titik lokasi dengan kategori usaha menengah khususnya pada bagian penjualan Tenun yang beradai RT 22 dan RT 24 Kelurahan Lasiana kota kupang. Peneliti menemukan kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha UMKM yaitu sistem penjualan hasil produksi masih dilakukan secara konvensional dengan memasarkannya secara langsung kepada konsumen serta memasarkannya melalui event-event dengan jangka waktu yang kurang menentu sehingga membatasi ruang dan waktu pelaksanaan promosi hasil produksi Tenun. Selain penjualan yang dilakukan secara konvensional, para pelaku usahapun telah melakukan promosi dan penjualan melalui media marketplace facebook yang mana penjualan melalui media facebook-pun masih kurang maksimal untuk mendapatkan pendapatan dikarenakan terbatasnya detail pada setiap produk dan juga jika dilakukan pencarian maka hasil yang ditampilkan kurang sesuai dengan kata kunci pencarian sehingga target harapan penjualan hasil produksi masih dikategorikan kurang memenuhi harapan kelompok UMKM.

Kelompok Usaha yang menjadi target penulis yaitu kelompok usaha yang bergerak di bidang produksi tenun ikat, adapun kelompok usaha yang menjadi mitra yaitu kelompok Usaha Tenun Nusa Lontar dimana letak kelompok usaha ini beradai di RT 24 RW 06 Kelurahan Lasiana Kecamatan Kelapa Lima Provinsi Nusa Tenggara Timur. Kelompok Usaha Tenun Nusa Lontar dikoordinir oleh Bapak Yakoba Tangu Dedo dengan jumlah tenaga kerja produksi sebanyak 14 orang anggota.

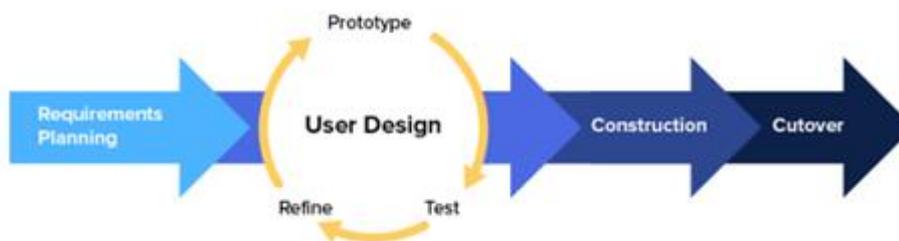
Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 pasal 71 ayat f point 4 dan 5 menyatakan pemasaran produk Usaha Mikro dan Usaha Kecil melalui perdagangan elektronik/nonelektronik dapat berupa literasi digital dan nondigital serta pengembangan aggregator bisnis online dengan tujuan untuk membantu pemasaran dan penjualan secara online (Peraturan Pemerintah, 2021). Untuk itu Berdasarkan hasil temuan yang telah dipaparkan oleh penulisan pendahuluan diatas dan juga temuan yang ditemui peneliti melalui hasil observasi maka peneliti ingin menawarkan sebuah aplikasi dengan judul AP3EL UMKM yang dapat membantu pelaku usaha UMKM dalam memasarkan hasil produksi UMKM serta memberikan titik lokasi pelaku UMKM kepada konsumen agar lebih dengan mudah menemukan lokasi penjualan hasil produksi UMKM khususnya produksi pada Kain Tenun dengan menggunakan konsep bisnis Customer to Customer (C2C) (Guterres & Adoe, 2020). Aplikasi yang penulis tawarkan tidak menutup kemungkinan bagi kelompok usaha lainnya dapat melakukan promosi hasil produksi UMKM.

Yang Fokus pengabdian dari peneliti yaitu sistem pemasaran hasil produksi dengan menerapkannya pada media digital berupa aplikasi AP3EL UMKM sehingga hasil produksi UMKM masyarakat khususnya masyarakat di kelurahan Lasiana kota kupang dapat meningkatkan hasil produkdi UMKM. Fokus Pengabdian. Jika dirujuk pada standar mutu STIKOM Artha Buana Kupang khususnya Standar Ke-17 Pada Indikator ke-2 tentang Penggunaan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi tepat guna dan terimplikasi dalam hasil pengabdian kepada masyarakat dan IKU/IKT yaitu Kuota penggunaan atau pemanfaatan teknologi tepat guna yang dihasilkan oleh dosen Program Studi STIKOM Artha Buana Kupang oleh masyarakat berjumlah 1 produk teknologi tepat guna minimal setiap tahun tertuang pada Standar ke-17 Standar Hasil (Mutu, 2023).

2. METODE PENELITIAN

Metode Pengembangan System

Metode yang digunakan yaitu Metode RAD (Rappid Application Deveoopment) dimana metode ini mengandung konsep penyelesaian kebutuhan pengguna dalam jangka waktu yang cepat (Anggraini Puspita Sari dkk., 2024) yaitu 30 – 90 hari dengan memiliki 4 (empat) Tahapan Utama (*Planning, Desing, Construction, Cutover*) dan 7 (tujuh) Proses Pelaksanaan mulai dari Perencanaan, Desain, Pengkodean, Testing hingga Pemeliharaan yaitu System 1) Proses Analisa dan Pengumpulan Data, 2) Proses Design System, 3) Proses Pembuatan System, 4) Proses Pengujian System, 5) Proses Kebutuhan Pengguna Aplikasi, 6) Proses Pemangkasan dan Perbaikan Hasil Pengujian Pengguna System, dan 7) Proses Pemeliharaan System tahapn-tahapannya seperti pada gambar 1.



Gambar 1. metode pengembangan Sistem RAD

3. PEMBAHASAN

Tahapan Sistem Pengembangan sistem RAD (Dwi Wijaya, t.t.)

1. Requirements Planning

- a) Pada tahapan ini peneliti melakukan observasi dan menganalisa permasalahan yang saat ini sering terjadi pada masyarakat (Konsumen) serta menganalisa perilaku konsumen dalam memilih produk
- b) Peneliti mengumpulkan data berupa data hasil produksi UMKM untuk memastikan keaslian produk (Tenun)
- c) Peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen pendukung berupa undang-undang sebagai metode hukum normatif sehingga akan menghasilkan suatu argumen yang bermanfaat untuk memecahkan isu yang erata dokumen pendukung lainnya berupa jurnal dan hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian peneliti.

2. User Design

Tahapan ini peneliti menyiapkan model Desain dalam pembuatan aplikasi, demi mendukung terciptanya suatu produk pemasaran mulai dari model interaksi produk AP3EL UMKM dengan pelaku usaha UMKM (Penjual dan Pembeli) hingga Model Transkasi Penjualan dan Pembelian Hasil Produksi UMKM.

3. Construction and Cutover

Pada tahapan ini, peneliti tidak menjelaskan lagi tentang *construction* di karenakan sudah tertuang dalam tahapan ke dua (2) pada *User Design*, sehingga peneliti langsung pada bagian implementasi sistem/*Cutover* sebagai hasil akhir dalam pembuatan dan penggunaan aplikasi AP3EL UMKM hingga tindakan *Maintenance* apabila terjadi *Bug* pada sistem. Dalam tahapan ini pula akan dilakukan pengujian pada aplikasi AP3EL UMKM agar aplikasi tersebut dalam digunakan dengan konsep yang lebih mudah dan menarik sehingga dapat terciptanya peningkatan pemasaran hasil produksi pelaku UMKM serta dapat meningkatkan ekonomi palaku UMKM.

a) Implementasi Sistem

Pada Implemetasi Sistem yang diusulkan, Pelaku UMKM dapat mengelola hasil produksi kedalam aplikasi AP3EL UMKM sebagai produk yang akan dipasarkan. Pelaku (Penjual) juga dapat mengetahui Total Pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan. Keunggulan Lain dari penggunaan Aplikasi AP3EL UMKM yaitu, *customer* (Pembeli) dapat mengetahui titik lokasi pemilik usaha yang dipasarkan dengan memanfaatkan google masp.

b) Pengujian Aplikasi

Pengujian sistem telah dilakukan menggunakan pengujian sistem secara *black box*, dimana pada pengujian ini peneliti melakukan pengecekan kembali setiap bagian-bagian/komponen-komponen pendukung dari aplikasi AP3EL UMKM apakah setiap bagian telah berfungsi dengan baik ataukah masih terdapat *error*. Komponen/bagian yang dilakukan pengujian terdiri dari :

c) Pengujian Lapangan

Poin pada bagian ini, peneliti merujuk pada metode pengembangan *system* RAD (Gambar 1) khususnya pada tahapan *Cutover*. Pada pengujian ini, merupakan pengujian yang dilakukan pada saat menguji keakuratan titik lokasi dan tanggapan masyarakat (Pelaku Bisnis dalam hal ini penjual dan Pembeli) tingkat kesiapan terhadap aplikasi AP3EL UMKM.

d) *Maintenance System*

Tahapan ini, akan dilakukan tindakan perbaikan pada sistem apabila terjadi error system melalui aduaka/keluahan penguana aplikasi melalui media komunikasi Whatsapp pengembang sistem aplikasi AP3EL UMKM.

Lima (5) Tahapan Pengabdian

1. Sosialisasi

Penulis telah melakukan sosialisasi pemasaran hasil produksi mealui aplikasi AP3EL UMKM, adapun sosialisasi ini telah dilakukan di lokasi kelompok Tenun Nusa Lontar dan salah satu tempat event di pantai lasiana. Kegiatan Sosialisasi dilakukan bersama Badan Pemberdayaan Masyarakat (BPM) Kelurahan Lasiana dan Mahasiswa STIKOM Artha Buana Kuapng

2. Pelatihan

Penulis telah melakukan Pelatihan Dasar penggunaan Aplikasi kepada Kelompok Tenun Nusa Lontarmulai dari tahap pemasaran produk melalui aplikasi AP3EL UMKM. Pelatihan ini dihadiri

oleh Ketua Kelompok Tenun Nusa Lontar Ibu, Dedo Yakoba di Tempat Produksi tenun dan Pantai Lasiana,

3. Penerapan teknologi

Teknologi yang diterapkan berupa teknologi tepat guna dengan nama AP3EL UMKM. Teknologi ini berfungsi untuk melakukan Pemasaran hasil produksi Tenun dan lainnya kepada masyarakat Luas.

4. Pendampingan dan evaluasi

a) Pendampingan

Hingga saat ini, Penulis dan Mitra Kerjasama melakukan pendampingan berupa penyebaran informasi penjualan tenun dari kelompok tenun Nusa Lontar seperti tersedianya event-event pada suatu tempat di wilayah kota kupang, penyebaran dan perluasan layanan penjualan melalui Aplikasi AP3EL UMKM.

b) Evaluasi

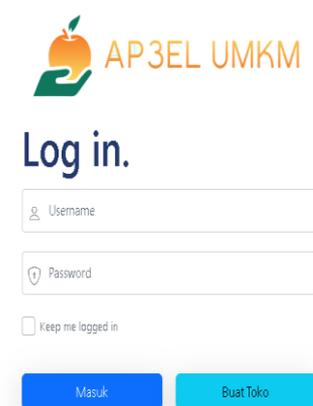
Berdasarkan Hasil dan observasi lanjutan, setelah dilakukan pendampingan, masih terdapat kekurangan pada bagian promosi hasil produksi tenun kepada masyarakat luas. Hasil produksi yang telah di pasarkan melalui event-event/kegiatan-kegiatan masih tersedia di wilayah kota kupang saja, sehingga diperlukan waktu dan biaya yang lebih agar hasil promosi/pemasaran tenun dapat menjangkau masyarakat lebih luas khususnya masyarakat di wilayah Nusa Tenggara Timur dan Baik berbasis wilayah maupun Lokal.

c) Keberlanjutan program

- 1) Telah di lakukan sosialisasikan bersama mitra kerjasama baik kelurahan Lasiana maupun Kelompok Tenun UMKM terkait Hasil Promosi Penjualan dan persebaran titik-titik lokasi para pelaku UMKM khususnya kelompok-kelompok UMKM di Kelurahan Lasiana.
- 2) Telah di perbaharui Ketersediaan Fitur-fitur pendukung agar konsumen dapat memiliki minat dan ketertarikan hasil produksi Tenun berupa Persebaran UMKM berbasis kewilayaan
- 3) Telah disebar luaskan tentang Aplikasi UMKM melalui media sosial secara online baik melalui Group Whatsapp maupun group facebook, media Cetak serta media online sperti podcast bersama media Online ang kredibel (TVRI KuNusa Tenggara Timur <https://youtu.be/XX81LcMxkrM?si=uc-R9WZCQmaLOPgF>)

5) Delivery Penerapan Produk Teknologi Dan Inovasi Ke Masyarakat Berupa Produk Teknologi Dan Inovasi

Desain dan Tampilan Aplikasi Pada Perangkat Smartphone Android

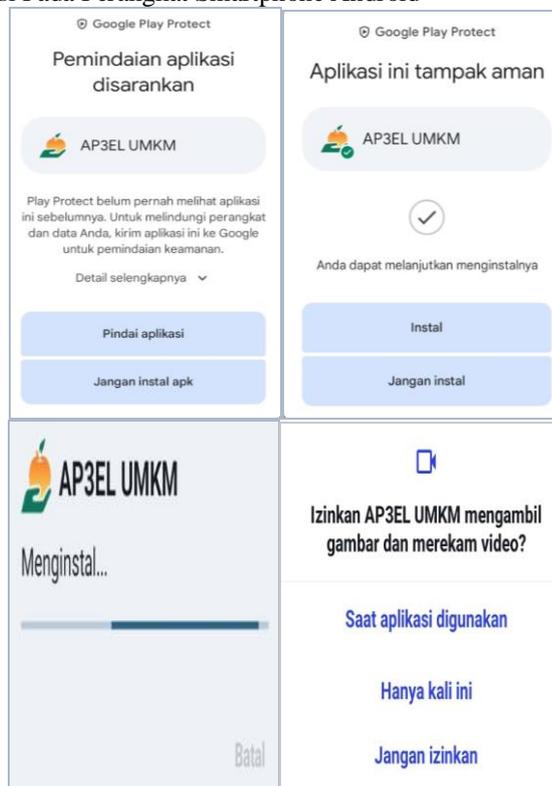


Gambar 2. Tampilan Login

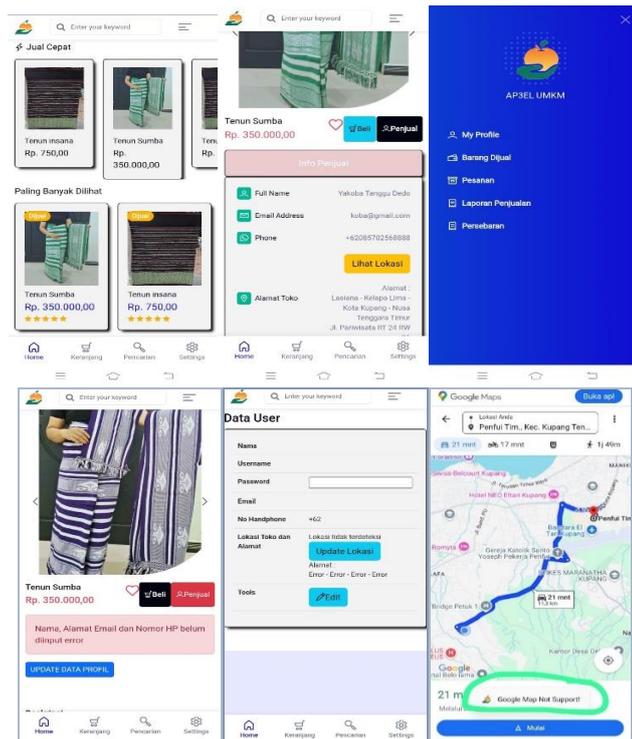


Gambar 3. Tampilan Dashboad dan Tampilan Control Transaksi

a) Desain dan Tampilan Aplikasi Pada Perangkat Smartphone Android



Gambar 4. Tahap Awal Penginstalan Aplikasi AP3EL UMKM



Gambar 5. Tampilan Keseluruhan Aplikasi AP3EL UMKM

4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan melalui metode pengembangan system dan lima (5) tahapan pengabdian, maka dapat disimpulkan bahwa,

- Aplikasi AP3EL UMKM yang diusulkan sebagai salah satu media promosi penjualan dalam meningkatkan produksi usaha pada kelompok Tenun Nusa Lontar yaitu sangat baik dan sangat membantu masyarakat khususnya pelaku usaha UMKM,
- Kelompok Usaha UMKM dapat dengan mudah mendapatkan notifikasi pemesanan baik berupa notifikasi pop-up maupun notifikasi melalui Media komunikasi Whatsapp
- Kelompok Usaha UMKM dapat dengan mudah melihat detail produksi barang yang telah terjual,
- Konsumen dapat dengan mudah melihat titik-titik persebaran lokasi pelaku usaha UMKM

Konsumen dapat dengan mudah melihat titik lokasi penjual agar dapat melakukan transaksi pembelian bersama penjualan dengan menggunakan konsep bisnis customer to customer (C2C)

1.2 Saran/Rekomendasi

Agar dapat meningkatkan hasil produksi pelaku usaha UMKM maka dibutuhkan kerjasama Mitra, masyarakat dna pemerintah daerah, agar bersama-sama untuk mempromosi aplikasi AP3EL UMKM sebagai salah satu aplikasi inovasi bagi pelaku usaha UMKM terutama di wilayah Nusa Tenggara Timur. Harapan Tim Pengembang Aplikasi AP3EL UMKM agar Masyarakat Indonesia Umum Masyarakat Nusa Tenggara Timur dan Secara Khusus Kelompok Tenun Nusa Lontar dapat meningkatkan hasil produksi UMKM sehingga Pemenuhan Kebutuhan Ekomomi dapat terpenuhi dalam menuju Indonesia.

REFERENSI

- Angraini Puspita Sari, Haromainy, M. M. Al, & Ryan Purnomo. (2024). Implementasi Metode Rapid Application Development Pada Aplikasi Sistem Informasi Monitoring Santri Berbasis Website. *Decode: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 4(1), 316–325. <https://doi.org/10.51454/decode.v4i1.348>
- Ayu Larasati, yana, Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 397–402. <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/6055>

- Duarte Guterres, J. A., & Vera Selviana Adoe. (2020). Pemanfaatan Persebaran Lokasi Jupiter Sebagai Media E-Commerce Menggunakan Model Bisnis C2C. *Jurnal Sistem dan Informatika (JSI)*, 15(1), 38–47. <https://doi.org/10.30864/jsi.v15i1.296>
- Dwi Wijaya, Y. (t.t.). *PENERAPAN METODE RAPID APPLICATION DEVELOPMENT (RAD) DALAM PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI DATA TOKO Penulis Korespondensi*. <http://www.jurnal.umk.ac.id/sitech>
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Hermita, N., Yogi Riyantama Isjoni, M., Hainul Putra, Z., Alpusari, M., Alexander Alim, J., Agung Assyafi, P., Muhammad Islami, H., Rivaldo, N., Yuliana Anita, N., Suriyani, N., Afra Rulya, G., Sophie Anggini, M., Latifa, T., & Sulistyarningsih, A. (2022). Strategi pemasaran digital sebagai pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Air Dingin Kota Pekanbaru. *Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat*, 4, 2021–2032. <https://doi.org/10.31258/unricsce.4.1-7>
- Indonesia. (1995). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 09 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil. *Undang-Undang RI*, 1–29. <https://bphn.go.id/data/documents/95uu009.pdf>
- Mutu, B. P. (2023). Standar Pengabdian Kepada Masyarakat. *STD/SPMI- SAB/I.1/STD-17, 1(17-02-2023)*.
- NTT, B. (2023). *Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut Kabupaten/Kota 2020-2022*. <https://ntt.bps.go.id/indicator/9/1448/1/jumlah-perusahaan-industri-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota.html>
- Peraturan Pemerintah, R. R. (2021). ayat (2). Dalam *Peraturan Pemerintah Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah* (Nomor 7).
- POS-KUPANG.COM, A. D. (2023, Maret 17). *Tribunnews.pdf. Pos Kupang*, 1–2. <https://kupang.tribunnews.com/2023/03/17/bpd-hpri-ntt-gelar-pelatihan-dan-training-digital-marketing-gratis>