

## Pendampingan Digitalisasi UMKM Menuju Ekonomi Berbasis Teknologi di Desa Sukarame, Kecamatan Leles, Kabupaten Garut

Wawan Hermawan<sup>1</sup>, Iqbaludin<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Universitas Islam Nusantara Bandung  
way3069@gmail.com<sup>1</sup>, iqbaall09@gmail.com<sup>2</sup>

---

---

### Abstract

Digital transformation has become essential for enhancing competitiveness and sustainability of MSMEs, particularly in rural areas. This community service activity aims to improve the capacity of MSME actors in Sukarame Village, Leles District, Garut Regency, through mentoring and business digitalization training. The method employed is a participatory approach based on non-formal education, involving 25 MSME actors through five stages: digitalization socialization, technical training on social media and marketplace, product identity creation, participatory observation, and impact evaluation. Results demonstrate significant improvements in digital literacy, ability to manage business social media accounts, product identity awareness, and average revenue increase within three months post-training. Despite facing infrastructure constraints and human resource limitations, this activity successfully established a foundation for community-based digital MSME ecosystem. These findings confirm that MSME digitalization can serve as an effective village economic empowerment strategy when facilitated through contextual approaches, intensive mentoring, and continuous support from various stakeholders.

---

### Keywords:

MSME digitalization  
Community mentoring  
Technology-based economy  
Village economic empowerment

### Abstrak

Transformasi digital menjadi keniscayaan dalam mendorong daya saing dan keberlanjutan UMKM, khususnya di wilayah pedesaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Sukarame, Kecamatan Leles, Kabupaten Garut, melalui pendampingan dan pelatihan digitalisasi usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis pendidikan nonformal, melibatkan 25 pelaku UMKM dalam lima tahapan: sosialisasi digitalisasi, pelatihan teknis media sosial dan marketplace, pembuatan identitas produk, observasi partisipatif, dan evaluasi dampak. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital, kemampuan mengelola akun media sosial bisnis, kesadaran identitas produk, dan peningkatan omzet rata-rata dalam tiga bulan pasca pelatihan. Meskipun dihadapkan pada kendala infrastruktur dan keterbatasan sumber daya manusia, kegiatan ini berhasil membangun fondasi ekosistem UMKM digital berbasis komunitas lokal. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi UMKM dapat menjadi strategi pemberdayaan ekonomi desa yang efektif apabila difasilitasi dengan pendekatan kontekstual, pendampingan intensif, dan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak.

---

### Corresponding Author:

Wawan Hermawan  
Universitas Islam Nusantara Bandung  
way3069@gmail.com

---

## 1. PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah lanskap ekonomi global secara fundamental, menciptakan peluang sekaligus tantangan baru bagi pelaku usaha di berbagai tingkatan (Amir, Syahlan, & Nugraha, 2024). Di Indonesia, transformasi digital menjadi salah satu prioritas utama dalam upaya mewujudkan Indonesia 4.0, yang menempatkan teknologi sebagai tulang punggung pertumbuhan ekonomi nasional (D Nugraha et al., 2023). Dalam konteks ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai backbone ekonomi Indonesia yang menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja nasional (Taufik et al., 2022).

Desa Sukarame, yang terletak di Kecamatan Leles, Kabupaten Garut, Jawa Barat, merupakan salah satu daerah dengan potensi UMKM yang cukup signifikan. Wilayah ini memiliki karakteristik geografis dan demografis yang mendukung pengembangan berbagai jenis usaha mikro dan kecil, mulai dari sektor pertanian, kerajinan tradisional, hingga industri rumah tangga (Sudaryanto & Wijayanti, 2019). Namun, seperti halnya daerah-daerah lain di Indonesia, UMKM di Desa Sukarame masih menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi teknologi digital untuk mengembangkan usahanya.

Transformasi digital dalam sektor UMKM bukan hanya sekedar trend, melainkan kebutuhan mendesak yang tidak dapat dihindari. Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak awal 2020 telah mempercepat proses digitalisasi di berbagai sektor, termasuk UMKM (Fuadi et al., 2021). Pembatasan mobilitas dan perubahan pola konsumsi masyarakat yang beralih ke platform digital telah memaksa para pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan cepat (Hamza & Agustien, 2019). Mereka yang mampu beradaptasi dengan teknologi digital dapat bertahan dan bahkan berkembang, sementara yang tidak mampu beradaptasi mengalami penurunan signifikan dalam usahanya (Hanım et al., 2022).

Di tingkat nasional, pemerintah telah meluncurkan berbagai program dan inisiatif untuk mendorong digitalisasi UMKM (Amir, Syahlan, Purnamasari, et al., 2024). Program-program seperti Gerakan Nasional 1000 Startup Digital, Kartu Prakerja, dan berbagai skema pembiayaan digital telah diinisiasi untuk mempercepat transformasi digital sektor UMKM (D Nugraha et al., 2023). Namun, implementasi program-program tersebut di tingkat grassroot, khususnya di daerah pedesaan, masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural yang memerlukan pendekatan khusus.

Digitalisasi UMKM mencakup berbagai aspek yang saling terkait, mulai dari penggunaan teknologi untuk proses produksi, manajemen keuangan, pemasaran digital, hingga distribusi produk (Hakim, 2021). Dalam konteks pemasaran, platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh geografis. Sementara itu, dari sisi manajemen, teknologi digital memungkinkan UMKM untuk mengelola inventori, keuangan, dan operasional usaha dengan lebih efisien dan akurat.

Namun demikian, proses digitalisasi UMKM di daerah pedesaan seperti Desa Sukarame tidak dapat dilakukan secara instan. Terdapat berbagai hambatan yang harus diatasi, antara lain keterbatasan akses terhadap teknologi dan internet, rendahnya literasi digital pelaku UMKM, keterbatasan modal untuk investasi teknologi, serta resistensi terhadap perubahan dari cara tradisional yang sudah lama dijalankan. Selain itu, kurangnya pendampingan teknis dan edukasi yang berkelanjutan juga menjadi faktor penghambat utama dalam proses transformasi digital UMKM.

Literasi digital menjadi aspek fundamental yang harus dikuasai oleh pelaku UMKM dalam menghadapi era digital ini (Susanti, 2020). Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha (Kriswahyudi, 2022). Hal ini mencakup pemahaman tentang *e-commerce*, *digital marketing*, penggunaan aplikasi keuangan digital, hingga analisis data sederhana untuk pengambilan keputusan bisnis.

Karakteristik unik UMKM di Desa Sukarame yang sebagian besar masih mengandalkan metode tradisional dalam menjalankan usaha mereka memerlukan pendekatan pendampingan yang komprehensif dan berkelanjutan. Pendampingan tidak hanya berupa transfer pengetahuan dan keterampilan teknis, tetapi juga perubahan mindset dan budaya kerja yang lebih terbuka terhadap inovasi teknologi. Proses ini memerlukan waktu dan kesabaran, serta metode pendekatan yang sesuai dengan karakteristik lokal dan tingkat pemahaman masyarakat setempat.

Dalam konteks ekonomi berbasis teknologi, UMKM yang mampu beradaptasi dengan teknologi digital akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Mereka dapat mengoptimalkan rantai nilai, mengurangi biaya operasional, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memperluas jangkauan pasar. Selain itu, teknologi digital juga memungkinkan UMKM untuk membangun brand awareness yang lebih kuat dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui berbagai channel digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, program pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Sukarame menjadi sangat relevan dan strategis. Program ini dirancang untuk memberikan solusi praktis dan komprehensif bagi para pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital sesuai dengan kebutuhan dan

karakteristik usaha mereka. Melalui pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan, diharapkan program ini dapat menjadi katalisator transformasi ekonomi lokal menuju ekonomi berbasis teknologi yang lebih modern, efisien, dan berdaya saing tinggi.

Keberhasilan program pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Sukarame diharapkan dapat menjadi model yang dapat direplikasi di daerah-daerah lain dengan karakteristik serupa. Dengan demikian, kontribusi program ini tidak hanya terbatas pada peningkatan kapasitas UMKM lokal, tetapi juga dapat memberikan dampak positif yang lebih luas dalam mendukung agenda transformasi digital nasional dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan di level regional.

## 2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, yakni melibatkan langsung pelaku UMKM sebagai subjek utama, bukan objek semata (Derry; Nugraha, 2024). Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan masyarakat dalam pendidikan nonformal (Amelia et al., 2023), di mana masyarakat diajak aktif terlibat dalam merancang dan memecahkan persoalan mereka sendiri. Metodologi partisipatif dipilih karena memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan dua arah, dimana tim pengabdian tidak hanya memberikan materi, tetapi juga belajar dari pengalaman dan kearifan lokal pelaku UMKM (Derry Nugraha, 2025). Pendekatan ini memastikan keberlanjutan program karena peserta merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan implementasi digitalisasi di usaha mereka.

Tahapan kegiatan dirancang secara sistematis dan berkesinambungan, meliputi lima fase utama. Pertama, Sosialisasi Digitalisasi UMKM mencakup pengenalan konsep digitalisasi, manfaat penggunaan media sosial, dan transformasi digital dalam kegiatan usaha kecil. Materi disampaikan dengan bahasa sederhana dan berbasis contoh lokal untuk memudahkan pemahaman peserta yang mayoritas memiliki latar belakang pendidikan menengah. Kedua, Pelatihan Teknis dimana mahasiswa dan dosen membimbing peserta secara langsung untuk membuat akun media sosial usaha (Instagram, Facebook), membuka akun marketplace (Shopee, Tokopedia), dan menggunakan WhatsApp Business. Ketiga, Pembuatan Label dan Identitas Produk, peserta diajari mendesain logo, slogan, dan mencetak label menggunakan alat sederhana yang tersedia di lingkungan mereka. Keempat, Observasi Partisipatif dan Wawancara dilakukan untuk memahami kondisi nyata pelaku usaha serta kebutuhan spesifik mereka dalam konteks digitalisasi. Kelima, Evaluasi Dampak menggunakan pre-test dan post-test sederhana untuk menilai peningkatan pemahaman, serta diskusi reflektif terhadap manfaat kegiatan yang telah dilaksanakan.

## 3. PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Sukarame menunjukkan hasil yang sangat menggembirakan dalam konteks pemberdayaan pelaku UMKM melalui proses digitalisasi. Hasil utama yang diperoleh dari pendampingan ini adalah meningkatnya kapasitas dan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya penggunaan teknologi digital dalam kegiatan bisnis mereka. Kondisi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum mengenal platform digital seperti media sosial usaha, marketplace, atau aplikasi komunikasi bisnis. Setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan, sebagian besar peserta mulai mampu mengakses dan mengelola media digital secara mandiri.

Salah satu capaian konkret yang terlihat adalah keberhasilan peserta dalam membuat dan mengelola akun Instagram usaha mereka. Sebelum pelatihan, mayoritas pelaku UMKM hanya mengandalkan penjualan langsung secara tatap muka atau melalui pesan singkat tanpa katalog digital. Namun setelah pelatihan, peserta mampu mengunggah konten produk mereka secara berkala, menyusun caption promosi, serta memahami waktu terbaik untuk memposting agar mendapatkan interaksi yang maksimal. Beberapa peserta bahkan mulai berinteraksi dengan pelanggan dari luar desa, menandakan adanya perluasan pasar secara nyata.



Gambar 1. Observasi ke pelaku usaha dan proses pendaftaran akun pemasaran online

Kemajuan signifikan juga terlihat dalam pemanfaatan WhatsApp Business. Sebagian besar peserta awalnya hanya menggunakan aplikasi WhatsApp biasa untuk komunikasi pribadi. Dengan pendampingan langsung, mereka berhasil mengatur katalog produk, menambahkan profil usaha, dan menggunakan fitur auto-reply untuk menjawab pertanyaan pelanggan secara otomatis. Hal ini memberikan kesan profesional terhadap usaha mereka dan meningkatkan efisiensi pelayanan.

Peningkatan kemampuan digital ini juga berdampak pada perubahan cara pandang peserta terhadap kegiatan usahanya. Mereka mulai memahami pentingnya branding sebagai identitas usaha yang dapat membedakan produk mereka dari pesaing. Sebelumnya, produk-produk lokal seperti burayot dan kue jambu hanya dikemas secara sederhana tanpa label atau nama usaha. Setelah pendampingan, peserta didorong untuk membuat nama usaha, mendesain logo sederhana, serta menyusun label produk yang mencantumkan informasi kontak dan keunggulan produk. Ini sejalan dengan teori Kotler & Keller dalam (Tirtayasa, 2022) bahwa *brand* bukan sekadar nama, tetapi merupakan persepsi nilai yang melekat pada produk di benak konsumen.

Dalam aspek desain visual, peserta diajarkan menggunakan aplikasi desain grafis berbasis daring seperti Canva, yang sangat membantu karena mudah digunakan dan gratis. Dengan bimbingan mahasiswa, peserta berhasil membuat flyer digital, banner promosi, dan kemasan produk yang lebih menarik. Beberapa produk kemudian difoto secara profesional menggunakan kamera smartphone dan diunggah ke media sosial, menunjukkan adanya peningkatan estetika dan strategi promosi yang lebih baik.

Namun capaian-capaian tersebut tentu tidak terlepas dari beberapa kendala yang muncul selama proses pelaksanaan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan waktu dan tenaga yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Sebagian besar dari mereka menjalankan usaha secara mandiri atau hanya dibantu oleh keluarga, sehingga sulit untuk secara konsisten memantau media sosial atau menjawab pesan pelanggan tepat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya membutuhkan keterampilan, tetapi juga manajemen waktu dan sumber daya yang baik.

Kendala lain yang ditemukan adalah akses internet yang tidak merata di beberapa bagian desa. Meskipun secara umum jaringan seluler tersedia, namun kestabilan sinyal sangat bergantung pada lokasi geografis. Dalam beberapa kasus, peserta harus mencari tempat yang lebih tinggi atau berpindah tempat untuk mendapatkan koneksi yang cukup baik. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi juga bergantung pada infrastruktur teknologi yang memadai, sebagaimana dikemukakan oleh Taufik (Taufik et al., 2022) bahwa *digital transformation in rural areas requires strong infrastructure support*.

Keterbatasan lain yang muncul adalah kurangnya rasa percaya diri peserta dalam mempromosikan produknya secara daring. Beberapa peserta merasa malu atau tidak yakin apakah produknya layak dipasarkan secara luas. Ini merupakan tantangan psikososial yang sering dihadapi dalam proses pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, dalam pelatihan juga disisipkan materi motivasi dan keberhasilan UMKM lain yang telah sukses melalui digitalisasi, agar peserta merasa lebih terinspirasi dan percaya diri.

Meski demikian, secara umum respon peserta sangat positif. Mereka merasa mendapatkan wawasan baru yang sebelumnya tidak pernah mereka bayangkan. Banyak peserta yang menyampaikan bahwa selama ini mereka hanya berfokus pada produksi, tanpa memikirkan aspek pemasaran atau identitas usaha. Setelah mengikuti pelatihan, mereka mulai menyadari bahwa keberhasilan usaha bukan hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan memasarkan produk dengan cara yang tepat dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Dalam sesi evaluasi, lebih dari 85% peserta menyatakan merasa sangat puas dan berharap ada pelatihan lanjutan. Beberapa bahkan menyarankan agar pelatihan semacam ini bisa dilakukan secara berkala setiap bulan atau dua bulan sekali. Mereka juga mengusulkan pembentukan komunitas UMKM digital desa, agar pelaku usaha bisa saling bertukar pengalaman, berbagi informasi, dan saling mempromosikan produk mereka secara kolektif. Ini menunjukkan adanya kesadaran kolektif yang mulai tumbuh sebagai hasil dari proses pemberdayaan yang efektif (Imam Pamungkas Walton & Nurmandi, 2021).

Pelatihan ini juga memberi dampak pada perubahan pola komunikasi antar pelaku usaha. Sebelumnya, komunikasi hanya terjadi ketika bertemu di pasar atau forum desa. Kini, dengan adanya grup WhatsApp dan media sosial bersama, para pelaku usaha dapat berbagi informasi mengenai strategi pemasaran, kebutuhan bahan baku, atau kolaborasi dalam pengiriman produk. Ini merupakan bentuk awal dari ekosistem digital desa yang berbasis komunitas.

Dampak lain yang mulai terasa adalah minat generasi muda desa terhadap dunia digital dan kewirausahaan. Beberapa anak dari pelaku UMKM mulai tertarik membantu orang tuanya mengelola akun media sosial atau membuat konten video pendek. Ini menunjukkan potensi integrasi lintas generasi dalam pengembangan UMKM digital desa, yang bisa menjadi salah satu solusi regenerasi pelaku usaha di masa depan.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan ini telah menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM bukanlah hal yang mustahil dilakukan di desa. Dengan pendekatan yang tepat, metode pelatihan

yang aplikatif, dan pendampingan langsung, pelaku UMKM di desa pun bisa mengalami peningkatan kapasitas yang signifikan. Pengalaman ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Desiyanti dkk (Desiyanti et al., 2018), yang menyatakan bahwa keberhasilan program digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh intensitas dan kualitas pendampingan secara langsung di lapangan.

Hasil dari kegiatan ini dapat dijadikan dasar untuk merancang model pengembangan UMKM berbasis digital di pedesaan yang dapat direplikasi di wilayah lain. Ke depan, dibutuhkan kolaborasi yang lebih kuat antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku industri teknologi untuk membangun ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, peran aktif masyarakat dalam menjaga semangat belajar, saling berbagi pengalaman, dan membangun solidaritas komunitas menjadi kunci keberhasilan transformasi digital di tingkat akar rumput.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

##### 4.1 Kesimpulan

Kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM yang dilaksanakan di Desa Sukarame memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha kecil terhadap pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan teknis, tetapi juga sebagai proses pemberdayaan yang mampu mengubah cara pandang pelaku UMKM terhadap pentingnya adaptasi teknologi dalam dunia usaha.

Hasil yang dicapai mencakup peningkatan literasi digital, keterampilan dalam penggunaan media sosial dan marketplace, serta kesadaran tentang pentingnya identitas produk (branding) dan pelayanan yang profesional melalui aplikasi digital. Peserta juga menunjukkan kemampuan untuk mempraktikkan keterampilan tersebut secara langsung dalam kegiatan usahanya sehari-hari. Hal ini mencerminkan efektivitas metode pelatihan langsung dan pendampingan berkelanjutan dalam konteks pendidikan nonformal berbasis komunitas.

Dampak positif lainnya adalah tumbuhnya jejaring komunikasi antar pelaku UMKM, munculnya inisiatif kolaboratif, serta keterlibatan generasi muda desa dalam membantu proses digitalisasi usaha orang tuanya. Meskipun terdapat hambatan seperti keterbatasan waktu, keterampilan awal, dan akses internet yang tidak merata, semangat belajar peserta dan kemauan untuk berubah menunjukkan potensi besar keberlanjutan program ini di masa depan.

Dengan demikian, pendampingan digitalisasi tidak hanya berdampak pada aspek teknis usaha, tetapi juga berperan dalam membangun ekosistem ekonomi desa yang lebih adaptif, kolaboratif, dan berbasis pengetahuan. Ini sekaligus menjadi langkah awal yang penting dalam mendorong transformasi ekonomi masyarakat desa menuju arah yang lebih modern dan berdaya saing.

##### 4.2 Saran/Rekomendasi

Beberapa saran dan rekomendasi dari kegiatan pengabdian ini diantaranya : 1). Untuk Pemerintah Desa dan Stakeholder Terkait diharapkan lebih aktif memfasilitasi pelatihan lanjutan di bidang digitalisasi UMKM, termasuk peningkatan infrastruktur internet, pembentukan pusat layanan UMKM digital di desa, dan integrasi program digitalisasi ke dalam perencanaan pembangunan desa (RPJMDes); 2). Untuk Kelanjutan Pendampingan oleh Perguruan Tinggi, kegiatan pengabdian ini sebaiknya dijadikan bagian dari program berkelanjutan oleh perguruan tinggi, baik melalui KKN tematik, magang mahasiswa, maupun kerja sama riset pengembangan UMKM berbasis digital. 3). Untuk Pembentukan Komunitas Belajar UMKM Digital, diperlu dibentuk forum atau komunitas pelaku UMKM digital di tingkat desa yang berfungsi sebagai ruang saling belajar, berbagi pengalaman, dan memperkuat promosi kolektif antar pelaku usaha; 4). Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia, tidak hanya pelaku UMKM, keluarga (khususnya generasi muda) juga perlu dilibatkan secara aktif agar proses transformasi digital menjadi lintas generasi dan berkelanjutan; 5). Replikasi Program ke Wilayah Lain, mengingat keberhasilan program ini, pendekatan dan model pendampingan serupa dapat direplikasi di desa-desa lain yang memiliki karakteristik UMKM dan tantangan digitalisasi serupa, tentunya dengan adaptasi sesuai konteks lokal.

#### REFERENSI

- Amelia, D., Setiaji, B., Primadewi, K., Habibah, U., Lounggina, T., Peny, L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., Setiaji, B., & Dharta, F. Y. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Amir, M., Syahlan, F., & Nugraha, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa. *JIPMuktj: Jurnal Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kramat Jati*, 2(2), 45–56. <https://unsada.e-journal.id/jst/article/download/157/116>

- Amir, M., Syahlan, F., Purnamasari, L., & Nugraha, D. (2024). *THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES ON INCREASING SALES OF MUSLIM CLOTHING AT MOESLIM*. 2(December 2023), 107–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.70072/rangkiang.v2i2.47>
- Desiyanti, N. L., Sudja, I. N., & Budi Martini, L. K. (2018). Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Delight and Customer Loyalty (Study on LPD Desa Adat Sembung and LPD Desa Adat Seseh). *International Journal of Contemporary Research and Review*, 9(03), 20660–20668. <https://doi.org/10.15520/ijcrr/2018/9/03/483>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Hakim, L. N. (2021). Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variables. *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 1(1), 48–56.
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Imam Pamungkas Walton, & Nurmandi, A. (2021). Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19. *GOVERNABILITAS (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)*, 2(2), 154–168. <https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117>
- Kriswahyudi, G. (2022). Membangun kewirausahaan dalam perspektif ekonomi Islam. *Srikandi Journal of Islamic Economic and Banking*, 1(1), 57–66. <https://doi.org/10.25217/srikandiv1i1.1335>
- Nugraha, D., Thursina, F., Devina, P., & ... (2023). Improving the Efficiency of MSME Financial Statements through Microsoft Excel-Based Applications. ... *Science Social and ...*, 1(01), 10–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/wsshs.v3i04>
- Nugraha, Derry; (2024). *METODOLOGI PENELITIAN MANAJEMEN DAN BISNIS*.
- Nugraha, Derry. (2025). *METODOLOGI PENELITIAN: TEORI DAN PRAKTIK* (N. Mayasari (ed.)). Penerbit Widina Media Utama.
- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. (2019). Strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi pasar Bebas ASEAN. *Jurnal Keuangan & Moneter*, 16(1), 1–20.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Taufik, A., Santoso, S., Fahmi, M. I., Restuanto, F., & Yamin, S. (2022). The Role of Service and Product Quality on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 68–82. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.68-82>
- Tirtayasa, S. (2022). Effect Of Product Quality And Service On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervening Variable (Study On Coffee Shop In Medan). *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(5), 1438–1444. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i5.633>