

**Pemberdayaan Teknologi Tepat Guna Berbasis Digitalisasi  
Dalam Meningkatkan UMKM Dan Kualitas SDM Di Desa Pintu  
Padang Kecamatan Angkola Selatan**

***Empowerment of Appropriate Technology Based on Digitalization in Improving  
MSMEs and the Quality of Human Resources in Pintu Padang  
Village South Angkola District***

Ade Maya Mei Shanty<sup>1\*</sup>, Rina Tiur Lona<sup>2</sup>, Tri Eva Juniasih<sup>3</sup>, Nurbaya Harianja<sup>4</sup>, Abdul Latif  
Lubis<sup>5</sup>, Azhar Harahap<sup>6</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi, Sihitang, Padangsidempuan, Indonesia

<sup>3,4,5,6</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Tor Simarsayang, Padangsidempuan,  
Indonesia

\*e-mail penulis<sup>1</sup>: [ademayams@gmail.com](mailto:ademayams@gmail.com)

**ABSTRAK**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu tri dharma perguruan tinggi dan kegiatan yang harus dilakukan oleh dosen. Adapun kegiatan ini yaitu tentang pemberdayaan teknologi tepat guna berbasis digitalisasi dengan tujuan meningkatkan dan mengembangkan UMKM dan kualitas SDM. Kegiatan PkM ini dilakukan di Desa Pintu Padang Kecamatan Padangsidempuan Tenggara dengan sasaran masyarakat, ibu-ibu PKK dan beberapa diantaranya pelaku UMKM. Kegiatan PkM meliputi sosialisasi pemberian materi dan ilmu pengetahuan tentang aplikasi digital serta pelatihan penggunaannya dalam hal pemasaran hasil produk dan cara membuat kemasan agar menarik. Hasil dari kegiatan ini yaitu berupa ilmu pengetahuan dan pengalaman baru bagi para peserta dan menjadi modal awal untuk mengembangkan usaha mikro yang dimiliki serta mampu bersaing dalam dunia digital untuk memperjual belikan hasil produk desa Pintu Padang.

**Kata kunci:** Teknologi, Digitalisasi, UMKM, SDM

**ABSTRACT**

*Implementing community service is one of the tri dharma of higher education and activities that must be carried out by lecturers. This activity is about empowering appropriate technology based on digitalization with the aim of improving and developing MSMEs and the quality of human resources. This PkM activity was carried out in Pintu Padang Village, Padangsidempuan Tenggara District, targeting the community, PKK women and some of them MSME actors. PkM activities include outreach, providing material and knowledge about digital applications as well*

*as training on their use in terms of marketing products and how to make packaging attractive. The results of this activity are in the form of new knowledge and experience for the participants and become initial capital to develop their micro businesses and be able to compete in the digital world to buy and sell products from Pintu Padang village.*

**Keywords:** *Technology, Digitalization, Micro, Small and Medium Enterprises, Human Resources*

## PENDAHULUAN

Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, dan rendahnya kualitas produk. Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional di kategorikan rendah. Hal ini dikarenakan UMKM, khususnya usaha mikro dan sektor pertanian (yang banyak menyerap tenaga kerja), mempunyai produktivitas yang sangat rendah. Bila upah dijadikan produktivitas, upah rata-rata di usaha mikro dan kecil umumnya berada dibawah upah minimum. Kondisi ini merefleksikan produktivitas sektor mikro dan kecil yang rendah bila di bandingkan dengan usaha yang lebih besar. Di antara berbagai faktor penyebabnya, rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM menjadi issue yang mengemuka saat ini. Pengembangan UMKM secara parsial selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM, perkembangan ekonomi secara lebih luas mengakibatkan tingkat daya saing kita tertinggal dibandingkan dengan negara-negara tetangga kita. Karena itu kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil, tapi karena produktivitasnya yang rendah. Peningkatan produktivitas pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah.

Kegiatan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu maupun kelompok atau badan usaha. Biasanya UMKM kebanyakan dikelola oleh perorangan dan melibatkan keluarga. Selain itu, UMKM berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan, pencipta pasar baru dan inovasi, pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdaya masyarakat, serta kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor (Tedjasukmana, 2014). Oleh karena itu, UMKM perlu perhatian yang khusus dan di dukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar (Faqih dkk, 2019). Revolusi teknologi informasi telah mengubah dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa Mettasatya Afrilia1, 2018).

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) saat ini sebagian diselenggarakan dengan menggunakan berbasis IT. Interaksi antar manusia menjadi lebih luas dan leluasa tanpa memikirkan jarak sehingga mitra yang menjadi sasaran PkM lebih cepat dan jangkauan semakin luas seperti interkasi dengan organisasi Pendidikan, sosial, ekonomi atau kelompok

usaha kecil menengah. Kegiatan PkM dilakukan dalam bentuk pendampingan mitra untuk mewujudkan suatu tujuan tergantung pada masalah yang mitra hadapi. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (digital marketing) memberi harapan bagi UKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan dalam pengembangan UMKM. Bahkan media sosial menjadi pintu pembuka usaha UMKM untuk berkomunikasi dengan jutaan orang mengenai produk sekaligus menciptakan pemasaran baru (Anggraini dan Suriyanto, 2019). Beberapa aplikasi IT yang dapat digunakan sebagai sarana alternatif pemasaran UMKM berbasis digital yaitu melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Line, Tiktok, LinkedIn, dan e-mail.

Dari berbagai macam platform yang disampaikan di atas, pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media situs pribadi (Sulaksono dan Zakaria, 2020). Menurut Magrath dan McCormick (2013), penjual online dapat menyampaikan secara visual merek, kepribadian, dan identitas produk melalui rangsangan desain visual. Dengan melakukan hal tersebut, mereka mampu memberi dampak pada respon emosional konsumen, perilaku, reaksi dan pengalaman hedonis (Kim and Lennon 2010).

Kegiatan pendampingan dilakukan untuk membantu mitra agar mampu bertahan dan mengembangkan desanya baik itu peningkatan sumber daya manusia maupun peningkatan ekonomi. Sasaran daerah yang akan didampingi selama melaksanakan program PkM ini adalah Desa Pintu Padang Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan yang 187 KK dengan 660 Jiwa. Secara administratif, desa Pintu Padang memiliki batas bagian Utara berbatasan dengan Hutan, bagian Selatan berbatasan dengan Hutan, bagian Timur berbatasan dengan Desa Sinyior, bagian Barat berbatasan dengan Kelurahan Napa. Luas wilayah Desa Pintu Padang adalah kurang lebih 43,59 Ha yang terdiri dari 90% berupa Sawah dan Kebun, serta 8,5% berupa Pekarangan atau Pemukiman, 1,5% berupa lain-lain (Sungai/Kuburan/Jalan/Sekolah). Di desa ini, dapat dilihat sebagian warganya menggantungkan sektor ekonominya pada sektor produksi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mulai dari terdapat UMKM makanan ringan dan berbagai macam UMKM kerajinan. Selanjutnya, juga terdapat beberapa organisasi sosial seperti Karang Taruna dan Ibu-Ibu PKK.

Dalam hal ini, tim PkM memilih untuk menjalin hubungan mitra dengan UMKM makanan ringan dan kelompok sosial ibu-ibu PKK. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, alasan dibalik terpilihnya mitra ini karena terdapat sejumlah masalah yang dialami oleh mitra terkait. Usaha makanan ringan dan ibu-ibu PKK ini memiliki kendala yang sama dalam bidang pengelolaan administrasi serta pemasaran produk-produk yang dihasilkan. Rendahnya pengetahuan dan kemampuan untuk menyusun strategi pemasaran dalam memasarkan produk yang dimiliki, juga selain itu dalam menangani administrasi keuangan pihak usaha cenderung hanya memakai prinsip selama masih bisa balik modal maka tidak ada masalah yang mana ini dapat menyebabkan kondisi keuangan defisit. Kondisi tempat produksi yang mana itu berada dalam rumah masing-masing pemilik juga bisa dibilang tidak dapat menunjang promosi produk dikarenakan papan nama identitas usaha atau banner masih kurang memenuhi standar untuk menarik perhatian pembeli, dan kelompok UMKM tidak memiliki itu sama sekali. Nilai jual menjadi pokok permasalahan pada UMKM yang akan dipelajari lebih lanjut dan diselesaikan dengan menerapkan teknologi berbasis IT oleh tim PkM. Selanjutnya, keluhan yang berasal dari Ibu-Ibu PKK mengenai cara penggunaan media teknologi dalam meningkatkan sumber pendapatan keluarga. Permasalahan pelaku UMKM di desa Pintu Padang adalah disamping dana yang kurang juga penyuluhan atau pelatihan yang

perlu di lakukan secara berkelanjutan sehingga dapat memberi mereka bekal dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang, di samping itu memberi mereka pengetahuan berwirausaha yang mempunyai etika bisnis, menangani keluhan pelanggan dan cara mengelola keuangan yang baik sehingga sumber daya manusia di desa tersebut juga akan meningkat.

Solusi atas permasalahan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara memasarkan produk secara online melalui teknologi tepat guna berbasis IT agar dapat memperluas cakupan penjualan dan bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan agar tertarik pada produk yang dihasilkan secara menarik, singkat dan padat. Pemasaran berbasis IT memiliki konsep dengan menyebarkan pesan kepada konsumen melalui kata-kata. Konsep dari IT ini lebih memanfaatkan penggunaan jaringan sosial di dalam dunia maya. Dikarenakan penyebarannya yang mudah dan cepat, media sosial seringkali menjadi media utama untuk melakukan strategi ini. Pemasaran hasil UMKM ini memiliki beberapa keuntungan antara lain, menghemat biaya iklan, meningkatkan brand awareness, dan meningkatkan penjualan serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Selain itu, kegiatan pendampingan bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan semangat untuk pengembangan dan kesinambungan dan meningkatkan daya inovasi dan kreativitas para pelaku UMKM desa Pintu Padang kecamatan Angkola Selatan.

Dalam kegiatan pendampingan ini, sosialisasi dan koordinasi program PkM dilakukan untuk saling memberikan informasi dan menyepakati secara bersama antara UMKM dan pengabdian atas program-program yang akan dilaksanakan. Pendampingan yang akan dilakukan berupa sosialisasi penggunaan platform dalam jaringan, melakukan Re-Branding produk (desain packaging), pelatihan digitalisasi, sosialisasi dan pelatihan dalam pengelolaan administrasi keuangan secara sederhana dan online.

Target capaian yang diharapkan melalui kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pelaku UMKM terkait pemasaran berbasis digitalisasi di desa Pintu Padang kecamatan Angkola Selatan.
2. Untuk mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan pelaku UMKM
3. Untuk meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran pelaku UMKM.
4. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia di lingkungan desa Pintu Padang.

## **METODE**

Metode pengabdian masyarakat yang digunakan meliputi 2 tahapan yaitu:

1. Tahap Persiapan dan pembekalan berupa sosialisasi dan penjangkaran peserta pengabdian. Pada saat sosialisasi dilakukan dengan meminta ijin kepada pemerintahan desa setempat, kemudian penjangkaran untuk UMKM terkait dan ibu-ibu PKK.
2. Tahap Pelaksanaan meliputi:
  - a. Sosialisasi penggunaan platform pembelajaran dalam jaringan. Kemudian disusul dengan mempraktikkan materi melalui smartphone masing-masing peserta.
  - b. Re-Branding produk (desain packaging) dengan melakukan sosialisasi mengenai pentingnya mengembangkan desain kemasan agar terlihat lebih menarik dan menjual kemudian mendistribusikan bahannya.
  - c. Sosialisasi dan pelatihan digital marketing dengan mengadakan pelatihan mengenai bagaimana cara memaksimalkan pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan produk.
  - d. Sosialisasi dan pelatihan dalam pengelolaan administrasi keuangan secara

sederhana maupun online. Sosialisasi cara penggunaan aplikasi kas online yang sudah tersedia di playstore dalam mengatur urusan administrasi keuangan usaha.

Untuk mencapai tujuan pengabdian, kegiatan sosialisasi dan pendampingan diawali dengan memperkenalkan tim PkM dan tujuan kegiatan dilanjutkan dengan memberikan pengetahuan tentang berbagi aplikasi/ perangkat lunak yang dapat digunakan dalam proses pemasaran produk secara digital. Pada metode penjelasan, pembicara akan menyampaikan materi terkait dan membuat tampilan visual berupa slide power point. Tim PkM menyampaikan penjelasan dan sharing atau berbagi pengalaman mengenai penggunaan digital marketing serta promosi bisnis dan diselingi tanya jawab dan diskusi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM ini merupakan kegiatan yang memberdayakan masyarakat agar lebih aktif dan efektif, memiliki daya saing yang tinggi seiring dengan perkembangan teknologi yang saat ini berbasis digital. Masyarakat dituntut untuk berubah agar lebih dinamis dan beradaptasi seiring dengan berubahnya kondisi lingkungan yang mampu mengakses dan menggunakan teknologi agar lebih tepatguna dan terdampak oleh perbedaan usia, latar belakang pendidikan, jenis usaha yang dimiliki, maupun tempat tinggal masyarakat. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada masyarakat desa Pintu Padang dijumpai banyak potensi yang dapat dikembangkan untuk menambah ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tim PkM membuat rencana kegiatan sosialisasi dan pelatihan pengembangan UMKM oleh ibu-ibu PKK berbasis digital dan mampu meningkatkan kualitas SDM masyarakat desa setempat. Tujuan utama dari kegiatan PkM ini adalah berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada masyarakat serta pelaku UMKM agar lebih memahami cara meningkatkan pemasaran hasil usahanya dan menggunakan teknologi yang dimiliki tepat guna.

Melalui pemasaran hasil UMKM berbasis digital, produk yang dihasilkan dapat semakin meningkat seiring dengan penjualan yang meningkat juga. Berbagai aplikasi dalam menjalankan bisnis dengan mempercepat hubungan antara pelaku UMKM dan konsumen, serta dapat membentuk komunitas dalam menambah transaksi jual beli produk secara digital (Kusuma et al., 2022). Salah satu hasil UMKM yang telah diperjual belikan melalui digital yaitu penjualan berbagai jenis keripik dan sudah keluar kota Padang diimpun. Dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan UMKM ini terfokus pada strategi dalam menggunakan teknologi digital untuk memperkenalkan dan menjual produk yang dihasilkan. Melalui beberapa aplikasi yang diperkenalkan oleh tim PkM, jangkauan pemasaran akan semakin luas dan dapat secara lebih leluasa berkomunikasi dengan calon-calon pembeli. Menerapkan strategi pemasaran menjadi salah satu strategi masyarakat dalam melakukan transaksi agar lebih maksimal dan lebih tepat sasaran, serta dapat memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan, harga yang ditawarkan, maupun daya saing yang lebih dari produk lain.

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam memberikan sosialisasi dan pelatihan ini yaitu:

1. Cara menggunakan teknologi digital agar lebih maksimal dan tepat guna.

Dalam mengembangkan pemasaran hasil produk UMKM diperlukan kualitas SDM yang mampu memanfaatkan perkembangan teknologi terutama dalam peningkatan ekonomi dan bisnis. Dalam hal ini, tim PkM membantu para peserta mengetahui dan menggunakan beberapa aplikasi secara online.

2. Pendapatan ekonomi masyarakat meningkat.

Tingkat pemasaran hasil produk sebelum mengetahui dan memahami pemasaran digital lebih rendah dibandingkan dengan setelah memahami pemanfaatan pemasaran digital karena jangkauan digital yang sangat luas. Dari sinilah diketahui bahwa pemasaran digital dapat meningkatkan perekonomian masyarakat seiring dengan meningkatnya penjualan hasil produk UMKM. Pemanfaatan digital lebih mudah, efektif dan efisien dalam terutama dalam bidang ekonomi dan bisnis.

### 3. Kualitas SDM yang meningkat

Dalam mengembangkan suatu pembangunan dibutuhkan SDM yang berkualitas dan mampu bersaing. Melalui sosialisasi dan pelatihan ini, selain tingkat perekonomian masyarakat meningkat, kualitas SDM masyarakat desa Pintu Padang juga semakin berkembang dimana para peserta memperoleh ilmu dan pengetahuan yang baru dalam hal penggunaan teknologi digital, cara mendesain produk, dan mengembangkan wilayah pemasaran.

Pelaksanaan kegiatan PkM ini diikuti oleh 22 orang yang terdiri dari masyarakat, ibu-ibu PKK dan beberapa pelaku UMKM. Setelah tim PkM selesai memberikan sosialisasi berupa pengenalan dan penjelasan tentang beberapa aplikasi pemasaran berbasis digital yang dapat diakses dari handphone masing-masing peserta, tim juga memberikan pelatihan berupa penggunaan aplikasi dan strategi pemasaran produk melalui media sosial, cara membuat desain kemasan produk agar lebih menarik, serta pelatihan manajemen keuangan dari hasil penjualan.

Dari hasil sosialisasi dan pelatihan ini, diketahui bahwa para peserta memiliki keingintahuan yang besar, terutama dalam penggunaan teknologi digital karena dalam kehidupan sehari-hari banyak menggunakan handphone. Peserta memperoleh ilmu pengetahuan yang baru dan sangat bermanfaat dalam pengembangan sumberdaya masing-masing peserta yang dapat digunakan dalam meningkatkan kesejahteraan hidup.





Gambar 1. Kegiatan PkM di Desa Pintu Padang Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara

## KESIMPULAN

Tahapan pelaksanaan pengabdian ini diawali dengan sosialisasi dimana tim menjelaskan dan memperkenalkan teknologi digital seperti berbagai aplikasi jual beli produk melalui media sosial yang diselingi dengan adanya sesi Tanya jawab dari para peserta. Selanjutnya dilakukan pelatihan berupa penggunaan teknologi digital dan cara mempromosikan produk yang dihasilkan. Tim juga memberikan pelatihan membuat kemasan produk agar memiliki keunikan dan ketertarikan baik itu dari segi kemasan, kualitas, dan kesesuaian harga yang ditawarkan. Dalam kegiatan ini, disarankan kepada para peserta agar rajin mengakses hal-hal yang bermanfaat untuk meningkatkan sumber pendapatan melalui teknologi digital. Melalui kegiatan PkM ini, pengalaman dan wawasan para peserta tentang digitalisasi bertambah. Banyak hal baru yang diketahui peserta sangat bermanfaat bagi perkembangan penjualan produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Pintu Padang. Manfaat dan realisasi dari kegiatan ini adalah penggunaan teknologi lebih maksimal dan tepat guna, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan seiringnya meningkatnya pendapatan ekonomi, serta mengembangkan kualitas SDM masyarakat setempat. Dari hasil kegiatan PkM dapat disimpulkan bahwa program pengabdian sangat bermanfaat bagi masyarakat Desa Pintu Padang terutama ilmu pengetahuan yang diperoleh sehingga menjadi pengalaman baru bagi para peserta terutama pemanfaatan teknologi kegiatan sehari-hari yang lebih optimal dan terarah. Di samping itu, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penggunaan teknologi digital yang efektif meningkat, dimana antusias para peserta yang serius selama mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan dalam pengabdian ini dan pelaksanaan PkM ini berjalan dengan baik serta memperoleh respon positif dari para peserta. Dengan adanya sosialisasi dan pelatihan dalam PkM ini dapat meningkatkan kualitas SDM masyarakat Desa Pintu Padang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis dan tim PkM mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan PkM. Terimakasih kepada kepala desa dan seluruh masyarakat desa Pintu Padang yang menyediakan tempat dan kesempatan pelaksanaan pengabdian serta menjadi sasaran PkM. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada LPPM Universitas Graha

Nusantara yang memberikan bantuan materiil dan arahan dalam kegiatan PkM ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Oktiva Dan Supriyanto. (2019). Literasi Digital: Suatu Kemewahan Bagi UMKM Periklanan Di Era Industri 4.0. *Prosiding Seminar Dan Lokakarya Kualitaatif Indonesia*. 117-126.
- Ascharisa Mettasatya Afrilia1. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157.
- Fagih,MA; Lukmn, HM; Ulum, Misbhul; Thoriq H, M; Rozak, Abdul; Aulia M, Ninda; Lailatul B, Fina; Suryaningsih, Sinta; Listia K, Siti; Wulandari, Furita Eka. (2019). Meningkatkan Pemasaran Produk Para Pelku UMKM di Pedukuhan Ngaseman Melalui Program Kerja Pengenalan Dan Penyuluhn Digital Marketing Sistem. *Prosiding Konferensi Pengabdian Masyarakat*. Vol.1, Maret. 425-427.
- Kim, H. and Lennon, S. (2001). E-atmosphere, Emotional, Cognitive, and Behavioral Responses. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 14 (3), 412-38.
- Kusuma, Vincentius A. M., Zainal A. Sahabuddin., Posma S. J.K. Hutasoit. (2022). Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Dan Menengah (Ukm) Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat. *Jurnal Cafeteria*, 3(1), 24-35.
- Magrath, V dan McCormick, H. (2013). Marketing Design Elements of Mobile Fashion Retail apps. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*. 17(1), 115-134.
- Sulaksono, Juli, dan Nizar Zakaria. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 41-48.
- Tedjasukmana, B. (2014). *Potret UMKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015*. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.