

## DESA CERDAS DI ERA DIGITAL : TRANSFORMASI UMKM MELALUI LEGALITAS, PEMASARAN DIGITAL DAN PENGELOLAAN KEUANGAN

**Robby Maududy<sup>1\*</sup>, Memey Meina<sup>2</sup>, Sely Sri Mulyani<sup>3</sup>, Dea Asri<sup>4</sup>, Silmi Tazkiah<sup>5</sup>,  
Nurul Aulia Nisa<sup>6</sup>, Winarningsih Julianti<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Cipasung Tasikmalaya

[robby.maududy@uncip.ac.id](mailto:robby.maududy@uncip.ac.id)<sup>1\*</sup>, [memeymeina755@gmail.com](mailto:memeymeina755@gmail.com)<sup>2</sup>, [shellysrim@gmail.com](mailto:shellysrim@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[deasri439@gmail.com](mailto:deasri439@gmail.com)<sup>4</sup>, [msilmitazkiah@gmail.com](mailto:msilmitazkiah@gmail.com)<sup>5</sup>, [nurulaulianisa89@gmail.com](mailto:nurulaulianisa89@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[winjulian03.07@gmail.com](mailto:winjulian03.07@gmail.com)<sup>7</sup>

Received: 22-11-2025

Revised: 09-12-2025

Approved: 23-12-2025

### ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM di Desa Karangresik melalui transformasi digital dengan fokus pada legalitas usaha, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan sederhana. Metode pengabdian yang digunakan berbasis partisipatif dengan tahapan asesmen kebutuhan, pendampingan legalitas, pelatihan pemasaran digital, serta pelatihan pengelolaan keuangan, disertai monitoring dan evaluasi partisipatif terhadap peserta. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa 21 UMKM telah memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dan beberapa sertifikat halal, kemampuan pemanfaatan media sosial, marketplace, dan konten promosi meningkat, serta peserta mampu melakukan pencatatan transaksi harian, penyusunan arus kas, dan laporan keuangan sederhana. Simpulan pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi legalitas, pemasaran digital, dan tata kelola keuangan secara signifikan meningkatkan daya saing, keberlanjutan, serta profesionalisme UMKM, sekaligus menciptakan model Desa Cerdas yang dapat direplikasi.

**Kata Kunci:** UMKM, Desa Cerdas, Legalitas Usaha, Pemasaran Digital, Pengelolaan Keuangan

### PENDAHULUAN

Desa Karangresik, Kecamatan Jamanis, Kabupaten Tasikmalaya, merupakan wilayah dengan jumlah penduduk lebih dari 4.408 jiwa. Mata pencaharian masyarakat didominasi oleh buruh harian, petani, dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak pada sektor makanan ringan, kerajinan tangan, serta jasa. Potensi bahan baku lokal yang melimpah, keterampilan masyarakat, dan budaya gotong royong menjadi modal penting bagi pengembangan sektor ekonomi desa, khususnya UMKM (Bumulo et al., 2024; Gobal & Tasik Allo, 2024). Meskipun memiliki potensi tersebut, pengembangan UMKM masih menghadapi sejumlah tantangan penting. Literasi digital masyarakat relatif rendah, dipengaruhi keterbatasan akses perangkat teknologi dan jaringan internet serta kurangnya kemampuan penggunaan teknologi digital (Rika Avista et al., 2025; Sucipto et al., 2025). Kondisi ini berdampak pada kemampuan pelaku UMKM dalam memasarkan produk dan mengelola usaha berbasis digital. Penelitian mutakhir menunjukkan bahwa literasi digital merupakan komponen utama peningkatan kinerja UMKM di era digital (Abigail T & Wibowo, 2025; Novi A & Munawaroh, 2025).

Selain itu, aspek tata kelola keuangan masih menjadi kendala signifikan. Banyak pelaku UMKM belum memahami pencatatan transaksi, penyusunan anggaran, pengelolaan arus kas, maupun penyusunan laporan keuangan sederhana (Muammar et al., 2025; Village et al., 2023). Akibatnya, pengelolaan usaha menjadi tidak terstruktur dan sulit dievaluasi. Bukti empiris menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha dan kemampuan pelaku UMKM melakukan perencanaan jangka panjang (Nur Supriadi et al., 2024; Sunuantari et al., 2021). Tantangan lain tampak pada aspek legalitas usaha. Upaya fasilitasi pembuatan Nomor

Induk Berusaha (NIB) dan izin usaha mikro pernah dilakukan oleh pihak tertentu, namun belum berhasil secara optimal karena minimnya pendampingan, rendahnya literasi administrasi, serta kurangnya pemahaman mengenai manfaat legalitas usaha. Padahal, legalitas memberikan akses yang lebih luas terhadap pembiayaan, membuka peluang pasar, dan meningkatkan kredibilitas usaha (M. Hajril et al., 2023; Rajagukguk & Rusadi, 2025).

Berdasarkan berbagai permasalahan dan potensi yang dimiliki Desa Karangresik, transformasi UMKM melalui konsep Desa Cerdas di Era Digital menjadi suatu kebutuhan strategis. Transformasi ini mencakup tiga aspek utama yang saling terintegrasi: pertama, penguatan legalitas usaha melalui pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan izin usaha mikro yang sesuai regulasi, sehingga UMKM memiliki status resmi yang membuka akses ke pembiayaan, kerja sama bisnis, dan kepercayaan konsumen; kedua, pemanfaatan pemasaran digital dengan pelatihan penggunaan media sosial, marketplace, dan aplikasi pesan antar, sehingga pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan menumbuhkan loyalitas konsumen; ketiga, peningkatan pengelolaan keuangan melalui edukasi pencatatan transaksi, pengaturan anggaran, pengelolaan arus kas, dan penyusunan laporan keuangan sederhana, yang memungkinkan pengambilan keputusan usaha berbasis data serta meminimalkan risiko kerugian. Integrasi ketiga aspek ini tidak hanya memperkuat kapasitas individu pelaku UMKM, tetapi juga membangun ekosistem usaha desa yang tertata secara administratif, adaptif terhadap teknologi, dan berkelanjutan secara finansial.

Dengan adanya pendampingan yang berkesinambungan, UMKM Desa Karangresik diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, mengoptimalkan pemanfaatan potensi bahan baku lokal, serta mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara inklusif. Pendekatan ini sekaligus menumbuhkan kemandirian ekonomi masyarakat dan menciptakan model Desa Cerdas yang dapat direplikasi di desa-desa lain, menjawab tantangan era digital sekaligus memaksimalkan peluang pembangunan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

## **METODE KEGIATAN**

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan pemberdayaan berbasis partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM Desa Karangresik sebagai subjek utama. Tahapan pelaksanaan dimulai dengan asesmen kebutuhan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam guna memetakan tingkat literasi digital, kondisi legalitas usaha, serta praktik pengelolaan keuangan yang berjalan. Hasil asesmen digunakan untuk merancang tiga rangkaian kegiatan inti, yaitu pendampingan legalitas usaha, pelatihan pemasaran digital, dan pelatihan pengelolaan keuangan sederhana (Setiawan et al., 2025). Pelaksanaan kegiatan mengikuti alur terstruktur yang dapat dilihat pada gambar 1 yang mencakup: (1) persiapan program, meliputi koordinasi dengan pemerintah desa, identifikasi peserta, serta penyusunan modul pelatihan; (2) asesmen kebutuhan, melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan dan kapasitas UMKM; (3) pengembangan desain program, yaitu penyusunan strategi pendampingan, materi pelatihan legalitas usaha, panduan pemasaran digital, serta format pengelolaan keuangan sederhana yang relevan dengan kondisi peserta; (4) implementasi pendampingan, yang terdiri atas fasilitasi legalitas usaha, pelatihan pemasaran digital, dan pelatihan pengelolaan keuangan; (5) monitoring dan evaluasi, melalui observasi praktik peserta, diskusi kelompok terarah,

dan wawancara singkat; serta (6) penyusunan laporan kegiatan.



**Gambar 1.**  
Seminar Pemateri Legalitas Usaha

Fasilitasi legalitas dilakukan melalui bimbingan pengisian data, verifikasi identitas, dan pendampingan proses pendaftaran hingga terbitnya dokumen legalitas. Pelatihan pemasaran digital difokuskan pada penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi sederhana, serta pemanfaatan marketplace. Sementara itu, pelatihan keuangan mencakup pencatatan transaksi harian, penyusunan arus kas, dan penyusunan laporan keuangan dasar menggunakan format sederhana yang sesuai dengan karakteristik UMKM. Keberhasilan kegiatan diukur secara deskriptif dan kualitatif melalui pengamatan terhadap kemampuan peserta mempraktikkan materi pelatihan, kualitas dokumen legalitas usaha yang berhasil dihasilkan, serta tingkat partisipasi dan konsistensi peserta selama pendampingan. Perubahan sikap dan penerapan pengetahuan juga dievaluasi melalui wawancara singkat dan diskusi kelompok untuk melihat sejauh mana peserta memahami manfaat legalitas usaha, mulai mengadopsi pemasaran digital, serta menerapkan pencatatan keuangan sebagai rutinitas usaha. Melalui pendekatan ini, tingkat ketercapaian program dapat dinilai dari perubahan perilaku, kesiapan digital, dan peningkatan kapasitas pengelolaan usaha pelaku UMKM.

## **HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN**

### **Legalitas Usaha**

Legalitas usaha merupakan aspek fundamental dalam penguatan UMKM karena menjadi dasar pengakuan hukum sekaligus syarat untuk dapat terintegrasi ke dalam sistem perekonomian formal. UMKM yang memiliki legalitas, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal, memperoleh berbagai keuntungan strategis. Legalitas tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen, membuka peluang kerja sama dengan mitra usaha yang lebih besar, serta memudahkan akses terhadap program pembiayaan perbankan maupun pemerintah. Beberapa Penelitian menegaskan bahwa keberadaan legalitas mampu meningkatkan kredibilitas dan profesionalitas UMKM (Joni Putra et al., 2025), sehingga lebih siap bersaing di pasar. Tanpa legalitas, UMKM sering kali menghadapi keterbatasan dalam menjangkau pasar formal, kesulitan dalam mengakses modal, serta rawan menghadapi permasalahan hukum. Oleh karena itu, legalitas usaha dapat dipandang bukan sekadar syarat administratif, melainkan instrumen strategis untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM.

Legalitas membuka peluang bagi UMKM untuk mengikuti berbagai program pengembangan usaha seperti pelatihan, pendampingan, hingga sertifikasi mutu. Dukungan ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong transformasi UMKM menuju usaha yang lebih berdaya saing tinggi. Legalitas dapat dipandang sebagai pintu gerbang utama bagi UMKM untuk berkembang secara optimal dalam menghadapi

dinamika pasar dan tantangan era digital. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Karangresik, Kabupaten Tasikmalaya, melibatkan 21 pelaku UMKM yang bergerak pada sektor makanan, minuman, dan produk olahan lainnya dapat dilihat di gambar 2. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman dan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya legalitas. Peserta mampu memahami manfaat legalitas untuk memperluas pasar, mendapatkan akses pembiayaan, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kegiatan ini juga memperlihatkan tiga fokus penguatan utama, yaitu legalitas usaha, pemasaran digital, dan tata kelola keuangan, yang secara bersama-sama berkontribusi pada peningkatan kapasitas UMKM di desa tersebut.



**Gambar 2.**

Seminar Pemateri Legalitas Usaha

### **Sertifikat Halal**

Sertifikasi halal merupakan komponen penting dalam penguatan UMKM pangan karena berfungsi memberikan kepastian hukum, keamanan, serta kehalalan produk bagi konsumen (Widiati & Azkia, 2023). Dalam konteks Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, keberadaan sertifikat halal menjadi faktor yang secara signifikan memengaruhi tingkat kepercayaan dan preferensi konsumen. Kepatuhan terhadap ketentuan sertifikasi halal tidak hanya menunjukkan pemenuhan regulasi pemerintah, tetapi juga mencerminkan profesionalisme dan tanggung jawab moral pelaku usaha dalam memastikan mutu produk. Produk yang telah memperoleh sertifikat halal dipastikan melalui proses audit, verifikasi, dan pengawasan resmi sehingga memenuhi standar keamanan konsumsi. Kondisi ini memberikan nilai tambah dan menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan reputasi usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan daya saing produk di segmen konsumen yang sensitif terhadap aspek kehalalan.

Selain itu, sertifikasi halal juga membuka peluang bagi UMKM untuk memasuki pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. Produk berlabel halal memiliki potensi tinggi dalam menembus pasar global, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar. Dengan demikian, sertifikat halal tidak hanya berperan sebagai dokumen administratif, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk meningkatkan nilai ekonomi dan daya saing UMKM. Peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal diharapkan dapat mendorong mereka

untuk memenuhi standar kehalalan secara konsisten. Kepatuhan terhadap prosedur sertifikasi akan memberikan manfaat jangka panjang, baik dari sisi legalitas, sosial, maupun ekonomi, sekaligus memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi dinamika dan tuntutan pasar modern.

### **Pemasaran Digital**

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran (Budi Harto et al., 2023), di mana pemasaran digital menjadi salah satu pendekatan yang paling efektif bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui pemanfaatan berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi promosi daring, pelaku UMKM dapat memperkenalkan produk secara lebih cepat, efisien, dan terukur dibandingkan metode pemasaran konvensional. Biaya promosi yang relatif rendah serta kemampuan untuk menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas menjadikan pemasaran digital sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan visibilitas usaha. Pemasaran digital juga berperan penting dalam membangun identitas merek (branding) yang kuat. Konsistensi penyajian informasi produk, visualisasi, dan komunikasi melalui platform digital memungkinkan UMKM membentuk citra usaha yang lebih profesional. Interaksi dua arah yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen melalui kolom komentar, pesan langsung, atau ulasan produk turut memperkuat hubungan pelanggan. Interaksi ini bukan hanya meningkatkan loyalitas konsumen, tetapi juga memberikan masukan langsung yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk maupun layanan.

Selain itu, pemasaran digital memberikan keuntungan melalui pemanfaatan data konsumen. Informasi mengenai preferensi, perilaku pencarian, dan pola pembelian dapat dianalisis untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan UMKM merancang promosi yang lebih efektif, menentukan segmen pasar yang potensial, serta mengoptimalkan kinerja kampanye pemasaran. Dengan demikian, kemampuan UMKM dalam beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital menjadi faktor kunci dalam peningkatan daya saing. Seminar pemanfaatan pemasaran digital tidak hanya membantu UMKM bertahan dalam dinamika pasar modern, tetapi juga memberikan peluang yang lebih besar untuk berkembang di tingkat lokal, nasional, maupun global dapat dilihat pada gambar 3.



**Gambar 3.**  
Pemateri Pemasaran Digital

### **Tata Kelola Keuangan**

Tata kelola keuangan merupakan aspek fundamental dalam keberlanjutan dan perkembangan UMKM (Agit & Muharram, 2024), karena tidak hanya mencakup pencatatan transaksi, tetapi juga perencanaan, pengendalian, serta evaluasi kondisi keuangan usaha. Pengelolaan keuangan yang sistematis memungkinkan pelaku UMKM memahami posisi finansial secara lebih akurat, sehingga dapat meminimalkan kesalahan operasional yang berpotensi menghambat pertumbuhan usaha. Praktik pengelolaan yang baik juga membantu memastikan penggunaan sumber daya secara efisien dan mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data. Salah satu permasalahan umum yang dihadapi UMKM adalah tidak adanya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Pencampuran keduanya kerap mengaburkan perhitungan modal, laba, dan biaya operasional, sehingga menyulitkan pelaku usaha dalam mengevaluasi kinerja keuangan secara objektif. Pemahaman mengenai pentingnya pemisahan keuangan menjadi langkah awal dalam membangun praktik pengelolaan yang lebih terstruktur. Pencatatan sederhana melalui buku kas, laporan manual, maupun aplikasi akuntansi dapat digunakan untuk memperoleh gambaran keuangan yang lebih jelas dan akuntabel.

Tata kelola keuangan yang baik juga memiliki implikasi langsung terhadap akses UMKM terhadap sumber pembiayaan. Lembaga keuangan umumnya mensyaratkan laporan keuangan yang tertib sebagai dasar penilaian kelayakan usaha dalam proses pengajuan modal. Oleh karena itu, pencatatan yang rapi dan sistematis dapat meningkatkan kredibilitas usaha di hadapan pihak eksternal dan memperbesar peluang memperoleh dukungan pembiayaan. Selain itu, laporan keuangan yang terstruktur menjadi instrumen penting dalam proses pengambilan keputusan. Analisis terhadap laporan arus kas, laporan laba rugi, maupun neraca usaha dapat membantu pelaku UMKM menilai efisiensi operasional, mengidentifikasi potensi risiko, serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih tepat. Dengan demikian, tata kelola keuangan

tidak hanya berfungsi sebagai alat administrasi, tetapi juga sebagai instrumen manajerial yang berorientasi pada keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Secara keseluruhan, kegiatan peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya tata kelola keuangan diharapkan dapat mendorong penerapan manajemen keuangan yang lebih profesional, transparan, dan akuntabel dapat dilihat pada gambar 3. Praktik keuangan yang baik akan memperkuat fondasi internal usaha sekaligus meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompleks.



**Gambar 4.**

Pelatihan sekaligus praktik Tata Kelola keuangan

Berikut adalah data UMKM yang sudah lolos pada legalitas usaha dengan diadanya seminar UMKM di desa karangresik dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1.**  
**Data UMKM yang sudah lolos legalitas usaha**

No	Wilayah/Dusun	Jumlah Usaha	Nama Usaha
1	Gereba Kidul	11	Chiken, Molen dan Biji Katapang, Mustofa, Kue Basah, Mie Ayam, Keripik Singkong
2	Ciomas	4	Bakso Gorengan, Citruk, Seblak, Mustofa
3	Pangkalan	1	Seblak
4	Gandok	4	etuk Gorengan, Cireng, Cimol, Seblak
5	Langkob wetan	1	Cireng
	<b>Total</b>	<b>21</b>	

**KESIMPULAN**

Bahwa integrasi pendampingan legalitas usaha, pelatihan pemasaran digital, dan

peningkatan tata kelola keuangan berhasil meningkatkan kapasitas UMKM secara signifikan. Dari aspek legalitas, 21 UMKM telah memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dan beberapa juga telah mendapatkan sertifikat halal, yang memperkuat kredibilitas, membuka akses pembiayaan, serta memperluas peluang pasar. Dalam pemasaran digital, pelatihan penggunaan media sosial, marketplace, dan konten promosi sederhana meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen lebih luas, membangun identitas merek, dan memanfaatkan data konsumen untuk strategi penjualan yang lebih efektif. Sedangkan dari sisi pengelolaan keuangan, peserta mampu melakukan pencatatan transaksi harian, penyusunan arus kas, dan laporan keuangan sederhana, sehingga pengambilan keputusan usaha menjadi lebih terstruktur dan berbasis data. Secara keseluruhan, kombinasi ketiga aspek ini tidak hanya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM, tetapi juga mendorong terciptanya model *Desa Cerdas* yang adaptif terhadap teknologi, profesional dalam pengelolaan usaha, serta dapat direplikasi di desa-desa lain sebagai strategi pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abigail T, & Wibowo. (2025). *The Influence of Financial Literacy, Digital Literacy, And Business Knowledge on UMKM Development Mediated by Innovation*. <https://journaledutech.com/index.php/great>
- Agit, A., & Muharram, S. (2024). Analisis Terhadap Manajemen Keuangan Sebagai Aspek Fundamental Dalam Memaksimalkan Kinerja Keuangan Umkm. In *Seminar Nasional Akuntansi (Semanak)*.
- Budi Harto, Panji Pramuditha, Arief Yanto Rukmana, Harnavela Sofyan, Hana Rengganawati, Andina Dwijayanti, & Teti Sumarni. (2023). Strategi Social Media Marketing Melalui Dukungan Teknologi Informasi dalam Kajian Kualitatif Pada UMKM Kota Bandung. *KOMVERSAL*, 5(2), 244–261. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i2.1499>
- Bumulo, S., Rahmatiah, & Hunto, B. (2024). *Peran modal sosial dalam pengembangan UMKM minyak kelapa kampung: Kajian pemberdayaan masyarakat Desa Bandungan, Gorontalo The role of social capital in the development of village coconut oil SMEs: A study on community empowerment in Bandungan Village, Gorontalo* (Vol. 1).
- Gobal, R., & Tasik Allo, Y. (2024). *Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa*. <https://attractivejournal.com/index.php/bce/>
- Joni Putra, Aryan Danil Mirza. BR, Neny Desriani, & Rindy Dwi Ladista. (2025). Meningkatkan Daya Saing UMKM Lampung melalui Pelatihan Manajemen Keuangan Syariah dan Pendampingan Legalitas Usaha. *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(4), 203–214. <https://doi.org/10.56910/safari.v5i4.3251>
- M. Hajril, M. Billah, & Abdur Rauf. (2023). *Pendampingan Legalitas UMKM Desa Besowo Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri*.
- Muammar, M., Abidin, Z., Ferly Hardinata, R., Priwahyudi, M. A., & Larassaty<sup>4</sup>, A. L. (2025). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment Terhadap Kinerja Keuangan pada Kalangan UMKM di Sidoarjo. In *Journal of Sustainable Social and Economics* (Vol. 1, Issue 1).
- Novi A, & Munawaroh. (2025). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 134–140.

- <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.717>
- Nur Supriadi, Y., Angga Resti, A., & Musannip Efendi Siregar, Z. (2024). *The Impact of Digital Economy Literacy Strategy Model on Firm Performance of Small Medium Enterprises*. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.3120>
- Rajagukguk, D. L., & Rusadi, U. (2025). Digitalization And Globalization: Transformation Of Umkm in the Digital Era. *Journal of Social Political Sciences JSPS*, 6(1).
- Rika Avista, D., Arofatul Sekar Langit, U., & Artikel, I. (2025). *Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil*. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Setiawan, I., Gunawan, A., Rufaedah, Y., Assidiki Mauluddi, H., Dwi Kusumastuti, E., Nazila Muhammad, R., Citra Mulyandani, V., Nurmalina, R., Ruhana, N., Adi Noer Ridha, N., Kunci, K., Bisnis UMKM Akuntansi sederhana Desa Cigugurgirang di Kecamatan Parongpong, P., & Bandung Barat, K. (2025). *Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Akuntansi Sederhana untuk Keberlanjutan Bisnis UMKM dan Pendampingan Pembukuan Akuntansi Sederhana untuk Keberlanjutan Bisnis UMKM Desa Cigugurgirang, Pelatihan*. 6(4), 5546–5557. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i4.6720>
- Sucipto, K., Aras, R., Salam, M., Rachmawati, A., Afrizal, Y., & Rijal, S. (2025). *UMKM Go Digital: Peningkatan Literasi Digital UMKM Kota Makassar Pemanfaatan Google Maps dan Media Sosial*.
- Sunuantari, M., Zarkasi, I. R., Gunawan, I., & Farhan, R. M. (2021). R-TIK Digital Literacy towards Indonesian MSMEs (UMKM) Digital Energy of Asia. *Komunikator*, 13(2), 175–187. <https://doi.org/10.18196/jkm.12380>
- Village, M., Wahyuningsih, E., Hamzah, Z., Sastraningsih, E., & Riau, I. (2023). Literasi Tata Kelola Keuangan UMKM berbasis Aplikasi "Si APIK" di Kelurahan Tuah Madani Financial Governance Literacy based on "Si APIK" Application in Tuah. In *Community Engagement & Emergence Journal* (Vol. 4).
- Widiati, S., & Azkia, L. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal Umkm Dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga. *Sebatik*, 27(1), 398–406. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2275>