



Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Dan Tata Kelola Usaha Di Desa Prapat Janji

Amalia^{1*}, Wan Mariatul Kifti¹, Rohminatin³, Elly Rahayu⁴

Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Royal, Kisaran, Indonesia

Email: ^{1*}amelkhana90@email.com, ²kifti.inti@gmail.com, ³rohminatin2019@gmail.com,

⁴ellyrahayu68@gmail.com

Email Corresponding Author: amelkhana90@gmail.com

Abstrak-Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa, namun masih menghadapi berbagai permasalahan terkait rendahnya pemanfaatan teknologi digital dan belum optimalnya tata kelola usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui implementasi digitalisasi dan penguatan tata kelola usaha di Desa Prapat Janji, Kecamatan Buntu Pane, Kabupaten Asahan. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Materi kegiatan meliputi pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk, penguatan manajemen usaha, serta pencatatan keuangan sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk promosi, menyusun perencanaan usaha, serta melakukan pencatatan keuangan secara lebih terstruktur. Implementasi digitalisasi yang didukung oleh tata kelola usaha yang baik mampu meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Desa Prapat Janji. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong keberlanjutan transformasi digital UMKM di tingkat desa.

Kata Kunci: Digitalisasi, Tata Kelola Usaha, UMKM, Daya Saing, Pengabdian Masyarakat

Abstract-Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in improving the rural economy, yet they still face challenges related to low digital technology utilization and suboptimal business governance. This community service initiative aims to improve the competitiveness of MSMEs through digitalization and strengthening business governance in Prapat Janji Village, Buntu Pane District, Asahan Regency. The initiative employed a participatory approach, encompassing socialization, training, mentoring, and evaluation. The materials covered the use of digital technology for product marketing, strengthening business management, and simple financial record-keeping. The results demonstrated an increase in the understanding and skills of MSMEs in utilizing digital media for promotion, developing business plans, and maintaining more structured financial records. The implementation of digitalization, supported by good business governance, has increased the capacity and competitiveness of MSMEs in Prapat Janji Village. This initiative is expected to be the first step in encouraging the sustainability of MSME digital transformation at the village level.

Keywords: Digitalization, Business Governance, MSMEs, Competitiveness, Community Service

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perubahan dalam aktivitas bisnis, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perkembangan teknologi informasi menghadirkan berbagai peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Di Indonesia, transformasi digital UMKM menjadi bagian dari strategi nasional dalam memperkuat daya saing ekonomi masyarakat. Namun demikian, keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan tata kelola usaha yang baik sehingga teknologi yang digunakan dapat memberikan manfaat secara optimal.

Tata kelola usaha merupakan aspek yang berperan penting dalam menjaga keberlangsungan dan perkembangan UMKM. Tata kelola tidak hanya berkaitan dengan pengelolaan operasional, tetapi juga mencakup perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya, pencatatan transaksi keuangan, pengendalian kegiatan usaha, serta evaluasi terhadap pencapaian tujuan bisnis. UMKM yang memiliki tata kelola yang baik cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan usaha, lebih mudah mengidentifikasi peluang pasar dan mampu mengambil keputusan bisnis secara tepat. Sebaliknya, lemahnya tata kelola menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam meningkatkan produktivitas maupun mengembangkan usahanya secara berkelanjutan (Munandar,



2023). Tata kelola usaha yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM. Penerapan tata kelola yang didukung oleh pemanfaatan teknologi memungkinkan pelaku usaha mengelola proses bisnis secara lebih terstruktur, meningkatkan kualitas informasi, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif (Bahri & Putra, 2023). Digitalisasi dan tata kelola usaha merupakan dua komponen yang saling melengkapi. Pemanfaatan media digital tanpa diikuti dengan sistem pengelolaan usaha yang baik akan memberikan hasil yang kurang optimal. Demikian pula sebaliknya, tata kelola usaha yang baik akan lebih efektif apabila didukung oleh pemanfaatan teknologi digital. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa integrasi digitalisasi dengan tata kelola usaha mampu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat penyebaran informasi produk, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis (Munandar, 2023).

Desa Prapat Janji merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi masyarakat melalui berbagai kegiatan usaha berskala mikro, seperti usaha kuliner, perdagangan, jasa, dan industri rumah tangga. Keberadaan UMKM tersebut menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat sekaligus berkontribusi terhadap perekonomian desa. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM masih menjalankan usahanya secara konvensional. Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha belum dilakukan secara maksimal, baik untuk promosi produk, komunikasi dengan pelanggan, maupun pengelolaan administrasi usaha.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah masih rendahnya tingkat literasi digital pelaku UMKM. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi umumnya hanya sebatas mengunggah foto produk tanpa memperhatikan strategi pemasaran digital, penyusunan konten yang menarik, maupun interaksi dengan konsumen. Padahal, digital marketing telah terbukti memberikan kontribusi terhadap peningkatan visibilitas produk, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan penjualan apabila diterapkan secara tepat (Andriani et al., 2023). Rendahnya literasi digital tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih memerlukan pendampingan agar mampu memanfaatkan teknologi sebagai instrumen pengembangan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Prapat Janji bukan hanya terletak pada rendahnya pemanfaatan teknologi digital, tetapi juga belum optimalnya penerapan tata kelola usaha sebagai fondasi pengembangan bisnis. Kedua aspek tersebut saling berkaitan dan menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengintegrasikan implementasi digitalisasi dengan penguatan tata kelola usaha sehingga pelaku UMKM memiliki kemampuan untuk memanfaatkan teknologi secara produktif sekaligus mengelola usahanya secara lebih efektif.

2. KERANGKA TEORI

2.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu berdasarkan skala usaha, aset, dan omzet. UMKM berperan penting dalam perekonomian nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjadi salah satu pilar utama dalam pemerataan ekonomi, khususnya di tingkat daerah dan pedesaan (Wahid et al., 2024). UMKM juga merupakan sektor usaha produktif yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemerataan ekonomi. Selain itu, UMKM juga memiliki karakteristik fleksibel dan berbasis potensi lokal sehingga mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi serta menjadi penggerak ekonomi daerah (Krisdayanti & Dewandaru, 2023).

2.2 Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM adalah proses pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas bisnis seperti pemasaran, transaksi, pencatatan, dan komunikasi dengan pelanggan. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat proses bisnis. Pemanfaatan media digital seperti media sosial, marketplace, dan platform e-



commerce terbukti dapat meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan. Selain itu, digitalisasi juga membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing di era ekonomi digital (Sirodjudin & Sudarmiatin, 2023). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, digitalisasi tidak hanya dipahami sebagai penggunaan media sosial untuk promosi, tetapi juga mencakup transformasi menyeluruh dalam pengelolaan usaha. Hal ini meliputi perubahan cara pelaku UMKM dalam mengelola data pelanggan, melakukan pencatatan keuangan secara digital, serta memanfaatkan sistem informasi untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat. Digitalisasi UMKM berkontribusi dalam meningkatkan literasi keuangan pelaku usaha melalui pencatatan transaksi yang lebih sistematis, akurat, dan mudah dipantau, sehingga mendukung pengambilan keputusan dan keberlanjutan usaha (Jayanti et al., 2023). Digitalisasi UMKM berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempercepat penyebaran informasi produk kepada konsumen. Implementasi digitalisasi juga terbukti meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi (Nurcholis et al., 2023).

2.3 Tata Kelola Usaha

Tata kelola usaha merupakan sistem pengelolaan bisnis yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi usaha secara terstruktur. Dalam konteks UMKM, tata kelola usaha mencakup pencatatan keuangan, pengelolaan informasi usaha, serta pengambilan keputusan berbasis data. Tata kelola yang baik memungkinkan UMKM memiliki kontrol terhadap aktivitas usaha, meningkatkan transparansi, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat. Kurangnya tata kelola yang baik dapat menyebabkan usaha berjalan tanpa arah yang jelas dan sulit berkembang (Pratama et al., 2023). Tata kelola usaha pada UMKM tidak hanya berfokus pada aspek administrasi, tetapi juga mencakup kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien. Hal ini termasuk kemampuan dalam menyusun perencanaan usaha jangka pendek maupun jangka panjang, melakukan monitoring terhadap perkembangan usaha, serta mengevaluasi hasil usaha secara berkala. Penerapan tata kelola usaha yang baik akan membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat daya saing. Dengan adanya sistem pengelolaan yang lebih terstruktur, UMKM dapat lebih mudah melakukan evaluasi kinerja usaha, mengidentifikasi permasalahan, serta merancang strategi pengembangan usaha secara lebih tepat sasaran. Tata kelola keuangan berbasis digital pada UMKM membantu meningkatkan akurasi pencatatan, transparansi usaha, serta memudahkan pelaku usaha dalam melakukan evaluasi dan pengambilan keputusan bisnis (Santoso, 2023). Oleh karena itu, tata kelola usaha menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di era persaingan yang semakin ketat.

2.4 Daya Saing UMKM

Daya saing UMKM adalah kemampuan usaha untuk bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan pasar. Daya saing dipengaruhi oleh kualitas produk, inovasi, strategi pemasaran, serta kemampuan adaptasi terhadap teknologi. Digitalisasi dan tata kelola usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM karena keduanya berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta meningkatkan kualitas pengambilan Keputusan (Agustin et al., 2023). Daya saing UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga oleh sejauh mana pelaku usaha mampu menciptakan nilai tambah melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi. Dalam era digital saat ini, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform digital dalam proses pencarian informasi dan pembelian produk. Digitalisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM karena mampu meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas pasar, serta meningkatkan volume penjualan. Selain itu, strategi branding dan komunikasi digital juga menjadi faktor penting dalam membangun keunggulan kompetitif UMKM

di pasar. UMKM yang memiliki sistem pengelolaan usaha yang baik cenderung lebih mudah dalam mengidentifikasi peluang pasar, mengatasi tantangan usaha, serta mengambil keputusan yang lebih tepat dan berbasis data. Integrasi antara digitalisasi dan tata kelola usaha memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM. Digitalisasi memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi pemasaran, sedangkan tata kelola usaha memastikan bahwa proses bisnis berjalan secara terstruktur dan terukur. Dengan demikian, sinergi keduanya menjadi kunci penting dalam meningkatkan keberlanjutan dan daya saing UMKM di tengah persaingan global yang semakin ketat.

2.5 Hubungan Digitalisasi dan Tata Kelola Usaha terhadap Daya Saing UMKM

Digitalisasi dan tata kelola usaha merupakan dua aspek yang saling mendukung dalam meningkatkan daya saing UMKM. Digitalisasi memberikan kemudahan dalam pemasaran, komunikasi dengan pelanggan, pengelolaan informasi, serta efisiensi operasional. Sementara itu, tata kelola usaha memastikan seluruh aktivitas bisnis berjalan secara terencana, terukur, dan berorientasi pada pencapaian tujuan usaha. Integrasi antara pemanfaatan teknologi digital dengan tata kelola usaha yang baik akan menghasilkan proses bisnis yang lebih efektif dan efisien. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan informasi yang diperoleh dari teknologi digital sebagai dasar penyusunan strategi bisnis, pengambilan keputusan, serta evaluasi terhadap perkembangan usaha. Dengan demikian, implementasi digitalisasi yang didukung tata kelola usaha yang baik diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, serta memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan (Munandar, 2023)

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Prapat Janji, Kecamatan Buntu Pane, Kabupaten Asahan dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Learning* (PAL), yaitu pendekatan yang mengutamakan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan melalui proses identifikasi masalah, pemberian materi, pendampingan, serta evaluasi. Pendekatan ini dipilih agar pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkan materi yang diberikan dalam pengelolaan usahanya. Alur pelaksanaan kegiatan disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan



Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi bersama pemerintah Desa Prapat Janji untuk menentukan waktu pelaksanaan, sasaran kegiatan, serta kebutuhan mitra. Selanjutnya dilakukan observasi lapangan dan wawancara kepada beberapa pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kondisi usaha, tingkat pemanfaatan teknologi digital, serta sistem tata kelola usaha yang telah diterapkan. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi pelatihan dan pendampingan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan dan praktik langsung yang terdiri atas dua materi utama, yaitu:

a. Pelatihan Digitalisasi UMKM

Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan konten pemasaran yang menarik, penggunaan aplikasi digital untuk komunikasi dengan pelanggan, serta strategi memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital.

b. Pelatihan Tata Kelola Usaha

Materi difokuskan pada penyusunan perencanaan usaha, pengelolaan operasional, penentuan target usaha, pelayanan kepada pelanggan, serta evaluasi perkembangan usaha. Pada sesi ini peserta juga diberikan contoh sederhana mengenai penyusunan strategi pengembangan usaha agar aktivitas bisnis dapat berjalan secara lebih terarah.

3. Tahap Pendampingan

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan kepada peserta untuk memastikan materi yang telah diberikan dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pendampingan dilakukan melalui diskusi, konsultasi, dan praktik langsung dalam penggunaan media digital maupun penyusunan administrasi usaha. Pada tahap ini tim memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi peserta selama proses implementasi.

4. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian. Metode evaluasi menggunakan observasi dan diskusi. Aspek yang dievaluasi meliputi peningkatan pemahaman peserta mengenai digitalisasi usaha, tata kelola usaha serta kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi pada kegiatan usahanya.

4. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Prapat Janji, Kecamatan Buntu Pane, Kabupaten Asahan dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan daya saing UMKM melalui implementasi digitalisasi dan penguatan tata kelola usaha. Seluruh rangkaian kegiatan diikuti secara aktif oleh pelaku UMKM yang bergerak pada bidang kuliner, perdagangan, dan usaha rumah tangga. Pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi, pendampingan, serta evaluasi terhadap penerapan materi yang telah diberikan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta memanfaatkan telepon pintar hanya sebagai alat komunikasi, sedangkan media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana promosi produk. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu memahami konsep digital marketing, menyusun konten promosi yang lebih menarik, serta mengoptimalkan media sosial sebagai media komunikasi dengan pelanggan. Pada aspek tata kelola usaha, terjadi perubahan pola pengelolaan usaha yang sebelumnya masih bersifat sederhana menjadi lebih terarah. Peserta mulai memahami pentingnya menyusun tujuan usaha, menentukan target penjualan, melakukan evaluasi usaha secara berkala, serta mendokumentasikan aktivitas usaha sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Perubahan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menyadari



pentingnya tata kelola usaha dalam menjaga keberlangsungan dan pengembangan bisnis. Pendampingan yang dilakukan juga memberikan dampak positif terhadap kemampuan peserta dalam mengelola administrasi dan keuangan usaha. Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta belum melakukan pencatatan transaksi secara rutin dan masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Setelah memperoleh pendampingan, peserta mampu melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran menggunakan format sederhana sehingga kondisi keuangan usaha dapat dipantau dengan lebih mudah. Penerapan pencatatan tersebut membantu pelaku UMKM dalam mengetahui perkembangan usahanya serta menjadi dasar dalam menyusun rencana pengembangan usaha. Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan pengabdian juga menghasilkan perubahan perilaku peserta dalam menjalankan usaha. Pelaku UMKM mulai menerapkan promosi produk secara digital, memperbaiki pengelolaan administrasi usaha, serta lebih aktif memanfaatkan teknologi sebagai media komunikasi dengan konsumen. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan, tetapi juga mendorong peserta untuk mengimplementasikan materi dalam aktivitas usaha sehari-hari. Evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa peserta memberikan tanggapan yang positif terhadap seluruh materi yang disampaikan. Materi dinilai sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM karena memberikan solusi terhadap permasalahan yang selama ini dihadapi, khususnya dalam pemasaran digital dan pengelolaan usaha. Antusias peserta terlihat dari tingginya partisipasi dalam sesi diskusi selama kegiatan berlangsung. Keberhasilan kegiatan ini didukung oleh pendekatan pelatihan dan juga pendampingan langsung terhadap pelaku UMKM. Pendekatan tersebut memberikan kesempatan kepada peserta untuk memahami materi sekaligus menerapkannya sesuai dengan kondisi usahanya masing-masing. Dengan demikian, implementasi digitalisasi dan tata kelola usaha menjadi lebih mudah diterapkan karena disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pelaku UMKM.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Prapat Janji, Kec. Buntu Pane, Kab. Ashan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan digitalisasi dan menerapkan tata kelola usaha yang lebih baik. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta memperoleh pengetahuan mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran, penyusunan perencanaan usaha, serta pengelolaan administrasi dan keuangan secara sederhana dan terstruktur. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif pada pelaku UMKM, yang ditandai dengan meningkatnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi produk, menerapkan tata kelola usaha yang lebih sistematis, serta melakukan pencatatan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Implementasi digitalisasi yang didukung oleh tata kelola usaha yang baik menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha, memperluas jangkauan pemasaran, dan memperkuat daya saing UMKM. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara penerapan teknologi digital, penguatan aspek manajemen usaha, dan pengelolaan administrasi yang baik dapat menjadi solusi dalam mendukung pengembangan UMKM di tingkat desa. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan pembinaan secara berkelanjutan agar implementasi digitalisasi dan tata kelola usaha dapat terus diterapkan secara konsisten sehingga memberikan dampak yang lebih optimal terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Desa Prapat Janji.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R., Rokhayati, I., Muntahanah, S., Wijaya, M., & Nugraha, G. A. (2023). Analisis Digitalisasi dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah. 2(April), 505–512.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mitra Kreasi Cendekia

Vol 4, No 2, Juli 2026, Hal. 316-322

ISSN 2985-7430 (Media Online)

<https://ejurnal.mitrakreasicendekia.com/index.php/mkc>

- Andriani, W. S., Kartika, & Pangesti, R. D. A. (2023). Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang). *JPRO*, 4(2).
- Bahri, R. S., & Putra, Y. H. (2023). Menemukan Best Practice dari UMKM Menggunakan COBIT 5. *Jurnal Tata Kelola Dan Kerangka Kerja Teknologi Informasi*, 9(2), 71–75.
- Jayanti, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., Cilacap, M., Karnowati, N. B., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Cilacap, M. (2023). Digitalisasi umkm dan literasi keuangan untuk keberlanjutan umkm di kabupaten cilacap. 31(1), 51–64.
- Krisdayanti, M. H., & Dewandaru, B. (2023). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bagi Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 8(1), 30–37.
- Munandar, A. (2023). Penerapan Sistem Digitalisasi dan Kompetensi SDM Pada UMKM Systematic Literature Review. 1, 1–9.
- Nurcholis, A. W., Noptrina, N., & Wibisono, D. (2023). PENGEMBANGAN UMKM MELALUI DIGITALISASI SEBAGAI. 7(6), 6–11.
- Pratama, Y. M., Rosario, M., Aji, W., Kinanthi, E. S., Fiesta, E., Shinta, C., Satya, T., Mayasari, A., Galih, B., Pradana, V., Persada, D., Pramudita, D., Atma, U., Yogyakarta, J., No, J. L. B., Depok, K., Sleman, K., & Istimewah, D. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Tata Kelola Usaha dan Digital Marketing pada UMKM Binaan PLUT Kabupaten Semarang , Jawa Tengah. 3(5), 417–422.
- Santoso, R. (2023). Pendampingan Tata Kelola Keuangan UMKM Berbasis Digital untuk Generasi Z.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiatin. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 20–35.
- Wahid, A. S., Idrus, I. I., & Suhaeb, F. W. (2024). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO , KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI PASCA PANDEMI COVID 19 DEVELOPMENT OF MICRO , SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) TO BOOST THE ECONOMY AFTER THE COVID 19 PANDEMIC. XIX(April), 61–73.