

PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN APLIKASI BERBASIS WEB DALAM UPAYA DIGITALISASI KELOMPOK WANITA TANI KUNCUP MEKAR SANGKET

Ni Luh Dewi Sintiar¹, I Kadek Ardiana¹, Ni Ketut Kertiasih¹, Putu Hendra Suputra¹, I Ketut
Resika Arthana¹

¹Jurusan Teknik Informatika, Universitas Pendidikan Ganesha
Email: luh.dewi.sintiar@undiksha.ac.id

ABSTRACT

The Women Farmers Group (KWT) Kuncup Mekar in the Sangket Traditional Village, Buleleng, faces challenges in utilizing the digital ecosystem for their agricultural and food ventures. This community service program aims to enhance KWT members' understanding of digital technology, particularly in using websites for branding and marketing. Activities include socialization and training on Point of Sale-based website usage, digital branding, and promotional content creation for websites and social media. This program supports the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) initiated by the Buleleng Regency Government to enhance the competencies of UMKM actors. The implementation consists of planning, web application design, socialization, training, and evaluation. Training methods include lectures, discussions, and simulations, concluding with a post-test to assess participants' skill improvement. Analysis of questionnaire results indicates that participants are highly enthusiastic and understand the importance of online product promotion and the steps for using web-based applications.

Keywords: *the point-of-sale application, websites, KWT Kuncup Mekar, digitalization*

ABSTRAK

Kelompok Wanita Tani (KWT) Kuncup Mekar di Desa Adat Sangket, Buleleng, menghadapi tantangan dalam memanfaatkan ekosistem digital untuk usaha pertanian dan pangan mereka. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman anggota KWT tentang teknologi digital, terutama dalam penggunaan website untuk branding dan pemasaran. Kegiatan meliputi sosialisasi dan pelatihan penggunaan website berbasis Point of Sale, digital branding, serta pembuatan konten promosi untuk website dan media sosial. Program ini mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang diinisiasi oleh Pemerintah Kabupaten Buleleng untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM. Pelaksanaan terdiri dari perencanaan, perancangan aplikasi web, sosialisasi, pelatihan, dan evaluasi. Metode pelatihan meliputi ceramah, diskusi, dan simulasi, diakhiri dengan post-test untuk mengukur peningkatan kemampuan peserta. Analisis hasil pengisian kuesioner menunjukkan bahwa peserta sangat antusias dan dapat memahami pentingnya promosi produk secara online, serta langkah-langkah penggunaan aplikasi berbasis website.

Kata kunci: *aplikasi point of sale, website, KWT Kuncup Mekar, digitalisasi*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat dan transformasi digital di berbagai sektor industri telah mendorong perubahan signifikan dalam model pelaksanaan bisnis. Di Indonesia, para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didorong untuk beradaptasi dengan ekosistem digital yang semakin berkembang. Data yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pada tahun 2022, sebanyak 87% UMKM di Indonesia telah memanfaatkan internet dalam kegiatan bisnis mereka, dengan 73% di antaranya telah memiliki akun marketplace untuk menjual produk. Namun, banyak UMKM, termasuk yang berada di Kabupaten Buleleng, masih mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi secara optimal, terutama dalam aspek pemasaran digital.

Salah satu kelompok UMKM yang menghadapi tantangan ini adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Kuncup Mekar, yang berada di Lingkungan Sangket, Kelurahan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Bali. KWT Kuncup Mekar merupakan kelompok tani yang dibentuk pada tahun 2020 sebagai upaya pemberdayaan petani perempuan di desa tersebut. Kelompok ini memainkan peran penting dalam mengembangkan usaha anggotanya, terutama dalam sektor pertanian dan pengolahan hasil tani. Meskipun kegiatan KWT Kuncup Mekar telah berkembang, terutama dalam produksi dan pengolahan hasil tani menjadi produk yang bernilai ekonomi, pemasaran produk mereka masih dilakukan secara konvensional. Pemasaran konvensional ini membatasi jangkauan pasar dan potensi pertumbuhan usaha.

Aplikasi berbasis web atau *web apps* adalah perangkat lunak, yang dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman seperti HTML, CSS, dan JavaScript, serta dapat dijalankan di berbagai perangkat seperti desktop, laptop, tablet, dan smartphone. Salah satu jenis

web apps yang populer adalah *Single Page Application* (SPA), yang memungkinkan pengalaman pengguna yang lebih cepat dan responsif dengan memuat konten secara dinamis pada satu halaman web tanpa perlu memuat ulang keseluruhan halaman setiap kali ada perubahan konten.



Gambar 1. Anggota KWT Kuncup Mekar di Lingkungan Sangket, Kelurahan Sukasada

Keberadaan teknologi digital, khususnya aplikasi berbasis website (*web apps*), menawarkan peluang besar bagi KWT Kuncup Mekar untuk memperluas jangkauan pasarnya. Web apps dapat membantu dalam pengelolaan bisnis, mulai dari manajemen inventaris, layanan pelanggan, hingga pemasaran. Dengan memanfaatkan web apps, KWT Kuncup Mekar dapat meningkatkan visibilitas produk secara online, menarik pelanggan baru, dan memberikan pengalaman yang lebih personal kepada konsumen. Meskipun demikian, penerapan teknologi ini memerlukan pemahaman dan keterampilan khusus yang belum dimiliki oleh sebagian besar anggota kelompok tani tersebut.

Platform digital telah banyak dimanfaatkan sebagai media promosi bagi pelaku UMKM, dan terbukti memberikan dampak pada peningkatan penjualan produk UMKM dan mencapai target pasar yang lebih luas. (Prasetyo dan Utomo, 2022; Saragih, dkk, 2024). Terdapat banyak penelitian dan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan terkait dengan upaya digitalisasi UMKM (Hamzah & Putri, 2021; Arumsari, 2022; Jatmiko, 2022). Oleh sebab itu, dipandang perlu untuk mengadakan pelatihan mengenai

digital marketing dan penggunaan aplikasi berbasis website untuk pemasaran produk KWT Kuncup Mekar. Pembinaan kelompok tani ini diharapkan dapat membantu KWT Kuncup Mekar untuk menggali potensi dan mengakses informasi, pasar, dan sumber daya lainnya di era digital guna meningkatkan hasil usahanya.

METODE

Analisis situasi pada KWT Kuncup Mekar menunjukkan bahwa meskipun kelompok ini telah mengalami perkembangan usaha, terutama dalam bidang pengolahan hasil tani dan pangan, mereka belum sepenuhnya beradaptasi dengan ekosistem digital. KWT Kuncup Mekar memiliki beberapa usaha mikro yang sudah berjalan, seperti usaha dagang dengan nama UD Mekar Jaya dan keterlibatan dalam penjualan melalui marketplace serta media sosial. Namun, pemasaran yang dilakukan masih terbatas dan belum terintegrasi secara optimal dengan platform digital yang lebih luas. Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk, yang menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau konsumen secara lebih luas. Adanya potensi perubahan pola konsumsi masyarakat yang beralih ke platform digital menuntut KWT Kuncup Mekar untuk segera beradaptasi guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka.

Kegiatan PkM ini dilaksanakan melalui sosialisasi dan pelatihan, dengan beberapa metode yaitu: 1) Ceramah, yang dilakukan untuk mentransfer pengetahuan dan konsep kepada peserta pelatihan; 2) Simulasi/praktik kerja, yang dilakukan untuk melibatkan peserta dalam praktek langsung sesuai penggunaan website; 3) Diskusi untuk mengidentifikasi kesulitan yang dialami peserta.

1) Tahapan kegiatan

Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut: 1) Persiapan; 2)

Perancangan aplikasi; 3) Sosialisasi dan pelatihan penggunaan aplikasi; 4) Evaluasi.

Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan kunjungan dan observasi ke pihak mitra untuk mempelajari dan menganalisis kebutuhan mitra. Perancangan aplikasi diawali dengan *Perencanaan*, terutama menentukan fitur-fitur yang akan dimuat di dalam aplikasi yang dapat mengakomodir kebutuhan pengguna layanan, baik mitra sebagai pengelola layanan maupun konsumen yang nantinya akan menerima layanan. Selanjutnya, dilakukan *Desain Tampilan*, yakni perancangan tampilan aplikasi web agar memiliki tampilan yang menarik dan responsif, serta sesuai dengan karakter KWT Kuncup Mekar. Selanjutnya adalah *Pengembangan Fungsi dalam Aplikasi* yaitu perancangan serangkaian program komputer yang akan diintegrasikan dalam aplikasi sehingga dapat mengakomodir kebutuhan UMKM. Tahap akhir adalah *Pengujian, Debugging, dan Optimalisasi*, yaitu pengujian fungsionalitas dan kompatibilitas aplikasi, memperbaiki *bug* atau *error*, dan penyempurnaan untuk meningkatkan performa aplikasi. Selama tahapan ini, tim berdiskusi secara berkelanjutan dengan mitra. Pembangunan aplikasi website juga disertai pembuatan akun media sosial KWT Kuncup Mekar, yaitu: Facebook, Instagram, dan Tiktok.

Tahap sosialisasi dan pelatihan dilakukan untuk mendiseminasikan aplikasi web yang dirancang kepada anggota KWT Kuncup Mekar. Sosialisasi dilaksanakan dengan metode ceramah untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya digitalisasi dalam pengembangan UMKM, serta pengenalan aplikasi web yang telah dirancang. Pada tahap ini peserta diberikan pelatihan penggunaan aplikasi dengan metode simulasi langsung, baik dari sisi pengguna aplikasi maupun administrator. Peserta juga diajarkan cara membuat konten yang dapat dimuat dalam website, maupun di media sosial (FB, IG, Tiktok).

Tahap terakhir adalah evaluasi hasil pelaksanaan kegiatan melalui pemberian *post-test* yang diberikan kepada peserta pelatihan setelah pelaksanaan kegiatan. *Post-test* diberikan dalam bentuk kuesioner dengan pertanyaan berbentuk pilihan ganda. Adapun responden penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling*, yakni metode pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2018). Dalam hal ini, kriteria yang dimaksud adalah keterlibatan subjek penelitian dalam pelatihan. Dengan demikian, populasi penelitian adalah semua anggota KWT Kuncup Mekar yang hadir mengikuti sesi sosialisasi dan pelatihan sejumlah 20 orang.

2) Rancangan kuesioner

Aspek yang dikaji dalam penelitian ini adalah peningkatan kemampuan pada aspek berikut setelah diadakannya pelatihan literasi digital.

- 1) Tingkat familiaritas dengan konsep dasar pemasaran digital melalui website.
- 2) Kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital seperti website atau media sosial untuk mempromosikan hasil usaha.
- 3) Tingkat pemahaman manfaat dan strategi penggunaan website untuk memperkuat citra dan promosi produk.
- 4) Langkah-langkah membuat konten digital yang menarik bagi pelanggan.
- 5) Tingkat pengetahuan tentang media dan platform digital untuk memasarkan produk secara online.
- 6) Tingkat harapan peserta setelah pelatihan dalam hal pemahaman dan penerapan konsep pemasaran digital melalui website.
- 7) Kesiapan peserta untuk mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan dalam promosi usaha.
- 8) Keyakinan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital dengan website dan media sosial setelah mengikuti pelatihan.
- 9) Kemampuan peserta untuk menggunakan website dan media sosial untuk meningkatkan penjualan setelah pelatihan.
- 10) Kemampuan peserta dalam mengelola dan memperbarui konten di website dan media sosial untuk menarik pelanggan.

Pertanyaan kuesioner disediakan dalam bentuk pilihan ganda dengan menggunakan skala Likert, dengan rentang pilihan: a) Sangat Positif; b) Positif; c) Negatif; d) Sangat Negatif, sesuai dengan jenis pertanyaan yang diajukan.

3) Metode Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh atau dampak kegiatan seminar terhadap tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan, dilakukan analisis data dengan membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test*, dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006). Populasi dan sampel penelitian adalah peserta pelatihan sebanyak 20 orang.

Untuk setiap pertanyaan yang diajukan, dihitung skor-rata-rata untuk mendapatkan gambaran tentang jawaban dari seluruh peserta. Selanjutnya, data hasil penyebaran kuesioner dianalisis dengan metode statistik. Data hasil kuesioner ditransformasi ke dalam data numerik dengan menggunakan skala Likert berikut: (1) Sangat Positif = 4; (2) Positif = 3; (3) Negatif = 2; dan (4) Sangat Negatif = 1. Selanjutnya dilakukan penghitungan rata-rata skor, dan indeks keberhasilan pelatihan untuk setiap aspek yang dikaji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Perancangan Sistem Informasi berbasis Aplikasi Web

Perancangan aplikasi web berupa Sistem Informasi Penjualan Produk UMKM KWT Kuncup Mekar dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2024, dan dioptimalkan hingga bulan Agustus 2024. Sistem yang dibangun berbasis *Point of Sale* (POS), yaitu perangkat lunak atau sistem yang digunakan oleh bisnis untuk memproses transaksi penjualan, termasuk menerima pembayaran dari pelanggan (dalam Ardiana, 2024). Sistem ini memberikan banyak keuntungan bagi pengguna, seperti meningkatkan efisiensi penjualan, meminimalkan kesalahan perhitungan, mempercepat layanan pelanggan, serta memantau inventaris dan menghasilkan laporan penjualan yang akurat. Perangkat yang dibutuhkan untuk menjalankan sistem ini terdiri dari perangkat keras seperti komputer, pemindai barcode, dan printer struk, serta perangkat lunak yang memproses dan merekam transaksi. Sistem ini juga diintegrasikan dengan manajemen inventaris dan sistem pembukuan.



Gambar 2. Tampilan *dashboard* aplikasi web yang dibangun

Skema sistem POS yang dibangun ditampilkan pada Gambar 3. Sistem ini memuat berbagai fungsi seperti pencatatan penjualan, menghitung total pembelian, pengelolaan stok barang, dan memproses pembayaran melalui transfer bank langsung yang terhubung ke nomor kontak administrator. Integrasi antara sistem manajemen inventaris dan pembukuan bertujuan untuk memudahkan UMKM dalam mengelola proses penjualan dan operasional mereka secara keseluruhan.



Gambar 3. Skema aplikasi web berbasis *Point of Sale* (Ardiana, 2024)

Aplikasi web yang dibangun terdiri dari 5 halaman yaitu: 1) Halaman Beranda yang memuat pengenalan tentang Sistem Informasi KWT Kuncup Mekar; 2) Halaman Produk yang memuat display produk usaha yang dipasarkan beserta fitur-fitur transaksi; 3) Halaman Kegiatan yang merupakan blog kegiatan/aktivitas KWT Kuncup Mekar; 4) Halaman Tentang Kami yang memuat informasi detail tentang KWT Kuncup Mekar; dan 5) Halaman Kontak yang memuat alamat, nomor telepon, dan alamat email yang dapat digunakan sebagai media komunikasi antara pengguna dan pengelola aplikasi.

1) Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan
Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan pada bulan Juli 2024, yang dilaksanakan dalam dua sesi, yaitu: 1) Sesi pertama adalah sosialisasi pentingnya *digital marketing* dan 2) Sesi kedua adalah pelatihan penggunaan aplikasi web. Kedua kegiatan dilaksanakan di kantor organisasi KWT Kuncup Mekar. Kegiatan sosialisasi berlangsung pada tanggal 10 Juli 2024. Pemateri dalam kegiatan sosialisasi adalah ketua tim pengabdian yaitu Ni Luh Dewi Sintari yang mengenalkan tentang “Pemasaran Digital melalui Website dan Media Sosial”, dan “Pengenalan Sistem Informasi Berbasis Aplikasi Web”. Kegiatan ini dihadiri oleh ketua tim pengabdian bersama mahasiswa pengembang aplikasi, Ketua dan Pembina KWT Kuncup Mekar beserta anggota.



Gambar 4. Sosialisasi tentang pentingnya pemasaran digital

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 23 Juli 2024. Pada tahap ini, proses perancangan aplikasi web telah diselesaikan, termasuk pembelian hosting serta domain. Kegiatan pelatihan dihadiri oleh tim pengabdian, anggota KWT Kuncup Mekar bersama dengan Ketua dan Pembina KWT, perwakilan dari Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUMKM Kabupaten Buleleng, serta perwakilan dari Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng. Kegiatan diawali dengan sambutan dari ketua tim pengabdian, dilanjutkan dengan Pembina KWT, dan pemaparan materi.

Kegiatan pelatihan diisi oleh dua pameri yaitu: 1) Ni Luh Dewi Sintari, dengan materi “Penggunaan Aplikasi Berbasis Web untuk Penjualan Produk UMKM” dan 2) Kadek Ardiana, dengan materi “Panduan Administrator

Pengelolaan Aplikasi Web”. Pemaparan materi diselingi dengan aktivitas diskusi dan tanya-jawab.



Gambar 5. Pemaparan materi oleh ketua tim pengabdian

Setelah kegiatan diskusi dan tanya-jawab, kegiatan dilanjutkan dengan evaluasi. Peserta diberikan *post-test* untuk mengukur tingkat keberhasilan pelatihan. Selama mengerjakan *post-test*, peserta didampingi oleh tim pengabdian, mahasiswa, serta pendamping PLUT guna membantu peserta yang mengalami kesulitan. Peserta pelatihan tidak diberikan *pre-test* secara tertulis sebelum pelatihan. Pengecekan dasar kemampuan peserta terhadap konsep *Digital Marketing* dilakukan melalui tanya-jawab secara lisan, dengan mengajukan pertanyaan yang sama dengan kuesioner *post-test*. Hasil sebaran kuesioner ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil sebaran kuesioner dari 20 peserta pelatihan

Nomor pernyataan	Sangat Positif		Positif		Negatif		Sangat Negatif		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	20	100	0	0	0	0	20	100
2	0	0	20	100	0	0	0	0	20	100
3	4	20	16	80	0	0	0	0	20	100
4	2	10	13	65	25	5	0	0	20	100
5	0	0	19	95	5	1	0	0	20	100
6	12	60	8	40	0	0	0	0	20	100
7	13	65	7	35	0	0	0	0	20	100
8	17	85	3	15	0	0	0	0	20	100
9	4	20	16	80	0	0	0	0	20	100
10	2	10	18	90	0	0	0	0	20	100

Interpretasi skor kuesioner

Rata-rata skor untuk setiap butir pernyataan ditampilkan pada diagram di Gambar 5. Skor dikategorikan menjadi empat interval sesuai dengan skala Likert yang digunakan, yaitu sebagai berikut.

- 0% - 24.99% : Sangat Negatif
- 25% - 49.99% : Negatif
- 50% - 74.99% : Positif
- 75% - 100% : Sangat Positif

Skor dihitung dengan menghitung perbandingan antara skor total dari seluruh peserta terhadap skor tertinggi yang mungkin dicapai oleh seluruh peserta.

$$\text{Indeks\%} = \frac{\text{Total skor}}{\text{Skor tertinggi}} * 100\%$$

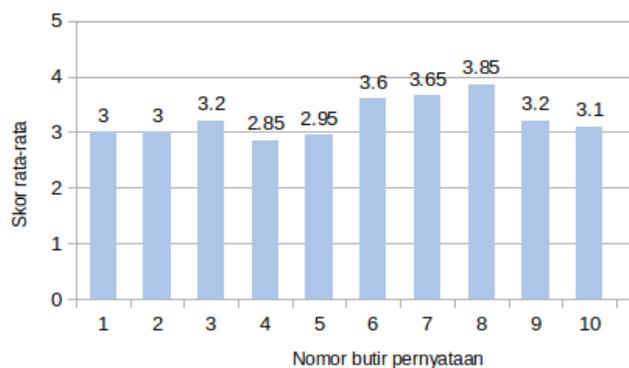
Total skor adalah jumlah skor dari 34 responden. Skor tertinggi diperoleh dengan mengalikan skor tertinggi Likert dengan banyaknya responden dan banyaknya butir pernyataan.

$$\text{Indeks\%} = \frac{1317}{4 * 34 * 12} * 100\% = 80.7\%$$

Indeks ini mengindikasikan bahwa secara umum, responden memberikan respon Sangat Positif terhadap 10 aspek yang dinilai.

Berdasarkan perhitungan di atas, setiap pernyataan mendapatkan respon Positif-Sangat

Positif. Pada Gambar 7, tampak bahwa pernyataan nomor 4 dan 5 mendapatkan skor kurang dari 3. Ini mengindikasikan bahwa peserta belum memahami dengan baik atau belum mampu membuat konten digital yang menarik untuk ditampilkan pada website atau media sosial organisasinya. Di samping itu, peserta belum dapat memahami dengan baik media atau platform digital untuk memasarkan produk secara online. Pernyataan nomor 6, 7, 8 mendapatkan skor cukup tinggi. Ini berarti bahwa anggota KWT memiliki harapan yang besar, kesiapan, dan keyakinan untuk dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh untuk pengembangan usaha dalam bentuk pemasaran dengan menggunakan aplikasi web dan media sosial yang dimiliki. Perlu ditekankan bahwa saat ini KWT Kuncup Mekar belum memiliki admin yang mampu secara penuh melakukan pengelolaan website dan media sosialnya. Dengan demikian, tim pengabdian saat ini masih memberikan kegiatan pendampingan untuk pengelolaan website penjualan selama 6 bulan. KWT Kuncup Mekar berkomitmen untuk merekrut admin sebagai pengelola aktivitas digitalnya.



Gambar 7. Grafik rata-rata skor untuk setiap butir pernyataan

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan telah dapat meningkatkan pemahaman anggota KWT Kuncup Mekar tentang pemasaran digital,

pembuatan konten pemasaran dan *branding* yang menarik, dan penggunaan platform digital untuk mengoptimalkan aktivitas usaha. Hal ini diharapkan akan mendorong kelompok untuk lebih efektif dalam memanfaatkan teknologi untuk memperkuat *branding*, meningkatkan

visibilitas online, dan mendorong pertumbuhan usaha yang lebih signifikan.



Gambar 8. Foto bersama seluruh pihak yang menghadiri pelatihan

Untuk pengembangan lebih lanjut, disarankan agar KWT Kuncup Mekar mendapatkan pendampingan berkelanjutan dalam penerapan teknologi digital serta peningkatan akses ke perangkat yang memadai. Pengembangan strategi pemasaran berbasis data, kolaborasi dengan pihak eksternal seperti platform e-commerce dan lembaga pemerintah, serta penguatan *branding* produk melalui desain kemasan dan *storytelling* (pembuatan konten) juga perlu dilakukan. Dengan langkah ini, KWT dapat lebih efektif memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mengelola usahanya secara mandiri dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Pendidikan Ganesha yang telah mendanai kegiatan ini melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan nomor kontrak: 667/UN48.16/PM/2024. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pendamping PLUT KUMKM Kabupaten Buleleng dan Dinas Pertanian yang telah mendukung program ini.

DAFTAR RUJUKAN

Ardiana, K. (2024). Web Apps Point of Sale UMKM Terpadu Studi Kasus Kopi

Mustika. *Laporan Tugas Akhir, Program Studi D4 Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak, Universitas Pendidikan Ganesha.*

Arumsari N.R., Lailiyah N., Rahayu T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat.*

Bluman, A.G. (2012). *Elementary Statistic: A Step by Step Approach 8th ed. McGraw Hill Education.*

Hamzah R.E. dan Putri C.E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas.*

Jatmiko, N.S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat.*

Prasetyo, T.M.D. dan Utomo, S.H. (2023). Pengaruh Ekonomi Digital Platform Digital dan Pemasaran Digital Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Go Online di Kota Kediri. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan.*

Kementerian Keuangan (2023, Mei). *UMKM Goes Digital.* <https://djpb.kemenkeu.go.id> (diakses pada 25/03/2024).

Saragih L.S, Putriku A.E., Sari S.D., Laia Y.N., Syahputra Y. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi.*

Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta, Bandung.