

PENYULUHAN NOMOR INDUK BERUSAHA DAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DI DESA PURBOSEMBODO

Hermanita¹

hermanitarasyid@gmail.com

Carissa Laura Eka Putri²

carissalaura28@gmail.com

M. Zidni 'Ilman Nafi'a³

zidniilmannafia9034@gmail.com

Muhammad Fadly Roby⁴

mfadlyroby20@gmail.com

Muhammad Farid⁵

muhammad.farid8779@gmail.com

Natasya Adinda⁶

natasyaadinda965@gmail.com

Nazwa Naila Destriani⁷

nzwa.naylaa1230@gmail.com

Nia Astika⁸

niaastika011@gmail.com

Nikmah Tuazzahra⁹

nikmahazzahraa3@gmail.com

Nikmatus Sa'adah¹⁰

nikmatus.saa314@gmail.com

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung

ABSTRACT

The 2025 Community Service Program (KKN) of Group 02 in Purbosembodo Village, Metro Kibang District, East Lampung, focused on a counseling program related to Business Identification Numbers (NIB) and Digital Marketing for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This program stems from the reality that most MSMEs in Purbosembodo Village do not yet have business legality and are still limited in utilizing technology for marketing. This program was implemented using a door-to-door method, namely KKN students visiting one by one business owners consisting of egg-laying chicken farms, broiler meat sellers, home-made tempeh producers and sellers, cake/snack producers, aluminum cabinet producers, and also furniture. This program had a quite positive impact on MSMEs because they were greatly assisted in the NIB registration process through the Online Single Submission (OSS) system, as well as gaining practical understanding on the use of social media as a tool to market their products. A positive response also emerged from business owners, although one concern was found regarding potential tax obligations due to NIB ownership. This indicates the need for further assistance, particularly in the area of tax regulations for MSMEs. From this, it can be concluded that the NIB and Digital Marketing counseling have been proven to improve the legal and digital literacy of village MSMEs. This

program can serve as a model for sustainable service that connects universities, local governments, and the community to encourage MSMEs towards stronger competitiveness.

Keywords: MSMEs, Business Identification Number, Digital Marketing, KKN, Purbosembodo.

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelompok 02 di Desa Purbosembodo, Kecamatan Metro Kibang, Lampung Timur, tahun 2025 difokuskan pada program penyuluhan terkait Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Digitalisasi Marketing bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program ini berangkat dari realitas bahwa, sebagian besar UMKM di desa Purbosembodo belum memiliki legalitas usaha dan masih terbatas dalam memanfaatkan teknologi guna pemasaran. Program ini dilaksanakan dengan metode *door to door*, yakni mahasiswa KKN mendatangi satu persatu para pemilik usaha yang terdiri dari peternakan ayam petelur, penjual daging ayam potong, produksi sekaligus penjual tempe rumahan, produksi kue/makanan ringan, produksi lemari aluminium, dan juga mebel. Program ini menghasilkan dampak yang cukup positif bagi pelaku UMKM karena sangat terbantu dalam proses pendaftaran NIB melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), serta mendapatkan pemahaman praktis mengenai penggunaan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produknya. Respon positif juga muncul dari para pemilik usaha, meskipun ditemukan satu kekhawatiran terkait potensi kewajiban pajak akibat kepemilikan NIB. Hal ini mengindikasikan perlunya pendampingan lanjutan, khususnya dalam aspek regulasi perpajakan UMKM. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa penyuluhan NIB dan Digital Marketing terbukti meningkatkan literasi hukum dan literasi digital pelaku UMKM desa. Program ini dapat menjadi model pengabdian berkelanjutan yang menghubungkan perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam mendorong UMKM menuju daya saing yang lebih kokoh.

Kata Kunci: UMKM, Nomor Induk Berusaha, Digital Marketing, KKN, Purbosembodo.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia hingga kini. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM pada tahun 2023 mencapai lebih dari 65,4 juta

unit, yang menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja nasional serta memberikan kontribusi sebesar 61,9 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

Indonesia.¹ UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai ruang penguatan karakter kewirausahaan masyarakat di tengah tantangan globalisasi dan perkembangan teknologi digital.

Namun, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam hal akses legalitas dan digitalisasi. Salah satu instrumen legalitas penting adalah Nomor Induk Berusaha (NIB) yang sejak 2021 dapat diakses melalui sistem Online Single Submission (OSS). Meski demikian, laporan Badan Pusat Statistik (BPS) 2023 menunjukkan bahwa masih terdapat lebih dari 50 persen pelaku UMKM di Indonesia yang belum memiliki NIB, terutama pada sektor mikro yang berbasis rumah tangga.² Kondisi ini menghambat peluang mereka dalam memperoleh akses pembiayaan, pelatihan, maupun jangkauan pasar yang lebih luas.

Di tingkat lokal, Lampung menjadi salah satu provinsi dengan pertumbuhan UMKM yang cukup pesat. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung, pada tahun 2023 tercatat sekitar 450 ribu UMKM aktif, namun hanya sebagian kecil yang sudah terhubung dengan platform digital.³ Kota Metro, sebagai kota pendidikan sekaligus pusat ekonomi lokal, memiliki lebih dari 15 ribu UMKM yang bergerak

di berbagai sektor, mulai dari kuliner, kerajinan, hingga jasa. Sayangnya, banyak di antaranya yang belum terdaftar secara resmi dan belum memanfaatkan strategi pemasaran digital.⁴

Kondisi tersebut menjadi perhatian penting bagi mahasiswa KKN di Desa Purbosembodo, Kecamatan Metro Kibang. Mahasiswa tidak hanya dituntut untuk terlibat dalam aktivitas sosial, tetapi juga perlu menghadirkan solusi nyata bagi peningkatan kapasitas masyarakat. Oleh karena itu, program “Penyuluhan NIB dan Digitalisasi Marketing UMKM” dilaksanakan dengan pendekatan *door to door* ke setiap pelaku usaha. Pola ini diharapkan lebih efektif karena menyentuh langsung permasalahan nyata di lapangan, sekaligus memberikan pendampingan praktis terkait pembuatan NIB dan strategi pemasaran berbasis digital.

LITERATURE REVIEW

Penerapan digital marketing telah menjadi katalisator utama dalam memperkuat daya saing UMKM Indonesia. Tinjauan literatur sistematis menemukan bahwa strategi seperti media sosial, *e-commerce*, hingga penggunaan teknologi berbasis AI memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan visibilitas, efisiensi promosi, dan perluasan pasar

¹ Kementerian Koperasi dan UKM RI, *Laporan Perkembangan UMKM Tahun 2023* (Jakarta: Kemenkop UKM, 2023).

² Badan Pusat Statistik, *Statistik UMKM Indonesia 2023* (Jakarta: BPS, 2023).

³ Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung, *Profil UMKM Provinsi Lampung 2023* (Bandar Lampung: Diskop UMKM, 2023).

⁴ Pemerintah Kota Metro, *Data UMKM Kota Metro 2023* (Metro: Dinas Koperasi UMKM, 2023).

bagi UMKM di berbagai sektor.⁵ Selain itu, metode pemasaran digital seperti *content marketing*, periklanan digital, dan penggunaan *platform e-commerce* terbukti efektif dalam memperbesar penjualan dan eksposur produk lokal.⁶

Studi di Kota Pekanbaru menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial, seperti update berkala produk dan respons cepat terhadap pelanggan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan UMKM setempat.⁷ Studi lain dengan metode deskriptif kualitatif menekankan efektivitas *platform* seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* dalam meningkatkan *brand awareness* dan jangkauan pasar UMKM Kampoenng Jadoel.⁸

Banyak praktik pengabdian masyarakat yang menunjukkan bahwa pelatihan intensif dalam digital marketing berhasil mendorong UMKM untuk memanfaatkan teknologi seperti *Instagram Business*, *WhatsApp Business*, *marketplace*, dan aplikasi desain visual. Program-program ini tidak hanya

meningkatkan pemahaman digital praktis, namun juga membuktikan peningkatan aktivitas digital dan minat bisnis yang lebih tinggi pasca-pelatihan.⁹ Pendekatan kombinasi teori dan praktik terbukti membekali pelaku UMKM dengan keterampilan pemasaran digital yang aplikatif dalam konteks produk lokal.¹⁰

Meskipun potensi digital marketing besar, pelaku UMKM masih menemui tantangan praktis seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan anggaran pemasaran. Beberapa studi menyoroti kebutuhan mendesak untuk pelatihan dan pendampingan agar UMKM dapat efektif mengimplementasikan strategi digitalnya sendiri dengan sumber daya minimal.¹¹ Konteks ini sangat relevan dengan kondisi di UMKM pedesaan seperti Desa Purbosembodo, di mana tingkat digitalisasi masih belum merata dan penerapan NIB juga masih terbatas

⁵ M. Son Aghni and Luthfy Purnanta Anzie, "Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia: Tinjauan Literatur Terbaru," *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* 2, no. 3 (June 4, 2025): 01–07, doi:10.69714/am5r6c30.

⁶ Junida Sari and Juliana Putri, "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Di Indonesia," *AL-IQTISHAD : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam* 4, no. 2 (December 30, 2024): 45–59, doi:10.47498/iqtishad.v2i2.3753.

⁷ Galih Juliandra et al., "Analisis Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pekanbaru," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (January 25, 2024): 5249–53, doi:10.31004/jptam.v8i1.13189.

⁸ Ahmad Ashifuddin Aqham et al., "Pemanfaatan Digital Marketing Di UMKM Kampoenng Jadoel Melalui Media Sosial," *Jurnal ABDIMAS Indonesia* 2, no. 4

(December 17, 2024): 57–63, doi:10.59841/jurai.v2i4.2084.

⁹ "Optimalisasi Pemasaran Digital Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Lokal | AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat," accessed September 4, 2025, <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/5198?>

¹⁰ Ika Puji Saputri, Fathihani Fathihani, and Vely Randyantini, "Digital Marketing Untuk UMKM: Kunci Optimalisasi Strategi Pemasaran," *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 5, no. 3 (July 11, 2025): 322–35, doi:10.56910/safari.v5i3.2856.

¹¹ Laila Roqybah et al., "Strategi Digital Marketing Untuk UMKM: Meningkatkan Daya Saing Di Pasar Lokal Melalui Media Sosial," *Jurnal Organisasi Dan Manajemen Indonesia* 3, no. 1 (April 30, 2025): 41–50.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penyuluhan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Digital Marketing melalui pendekatan *door to door* kepada pelaku UMKM di Desa Purbosembodo meliputi usaha ayam petelur, ayam potong, produksi lemari aluminium, tempe rumahan, kue/makanan ringan, dan mebel cukup memberikan hasil yang sangat positif pada Agustus 2025. Para pelaku usaha mengaku terbantu karena sebelumnya menghadapi berbagai kesulitan, seperti ketidaktahuan proses pendaftaran NIB dan ketidaktahuan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Pendampingan teknis yang dilakukan langsung melalui OSS membuat mereka lebih percaya diri untuk mendaftarkan usaha secara resmi, sejalan dengan target pemerintah provinsi Lampung untuk memperkuat digitalisasi dan sertifikasi UMKM.¹²

Pemahaman digital marketing juga meningkat secara praktis. Misalnya, pemilik usaha kue dan makanan ringan mulai menggunakan *WhatsApp Business* untuk membagikan katalog produk, sementara pengrajin mebel dan produsen lemari aluminium antusias mengunggah katalog sederhana di

Instagram dan memanfaatkan konsekuensi pemasaran melalui media sosial. Hal ini relevan dengan program "Lampung Go Digital" yang melibatkan pelatihan, pendampingan, serta kerja sama dengan *platform e-commerce* dan *fintech* seperti Shopee, Tokopedia, dan GoPay dengan tujuan memperluas jangkauan pasar UMKM Lampung.¹³

Namun, dalam diskusi, muncul keprihatinan dari beberapa pemilik usaha yang menanyakan apakah kepemilikan NIB membawa kewajiban pajak baru. Kekhawatiran tersebut mencerminkan kebutuhan penting untuk pendampingan lanjutan. Berdasarkan penjelasan Kementerian Investasi/BKPM, kepemilikan NIB tidak secara otomatis menambah beban pajak, namun merupakan langkah legalitas yang membuka akses ke fasilitas pemerintah, pembiayaan, hingga peluang ekspor.¹⁴ Respons ini memperkuat pentingnya menyertakan sesi edukatif tentang legalitas dan pajak dalam modul penyuluhan KKN selanjutnya.

Secara keseluruhan, penyuluhan ini menunjukkan efektivitas pendekatan personal dan kontekstual. Dengan menghadirkan materi legalitas dan

¹² DISPERINDAG Provinsi Lampung, "Dialog 'Lampung Menyapa': Sinergi Pemprov Lampung Dukung UMKM Berdaya Saing Global - Dialog 'Lampung Menyapa': Sinergi Pemprov Lampung Dukung UMKM Berdaya Saing Global," *Dinas Perindag Provinsi Lampung*, accessed September 4, 2025, https://disperindag.lampungprov.go.id/detail-post/dialog-lampung-menyapa-sinergi-pemprov-lampung-dukung-umkm-berdaya-saing-global?utm_source=chatgpt.com.

¹³ "Lampung Go Digital: Program Digitalisasi UMKM Untuk Tingkatkan Daya Saing," accessed September 4, 2025, <https://radartv.disway.id/read/23005/lampung-go-digital-program-digitalisasi-umkm-untuk-tingkatkan-daya-saing/15?>

¹⁴ "Kementerian Investasi Dan Hilirisasi/BKPM - Home Page," accessed September 4, 2025, <https://www.bkpm.go.id>.

digital marketing langsung ke pelaku usaha lokal, program ini berhasil menciptakan pemahaman yang lebih mendalam dan kemandirian dalam akses prosedur digital. Hal ini sejalan dengan semangat dialog pemerintah provinsi Lampung yang menekankan pentingnya sertifikasi produk dan adopsi digitalisasi agar daya saing UMKM semakin kuat, hingga ke tingkat global.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan penyuluhan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Digital Marketing melalui pendekatan *door to door* kepada pelaku UMKM di Desa Purbosembodo meliputi usaha ayam petelur, ayam potong, produksi lemari aluminium, tempe rumahan, kue/makanan ringan, dan mebel cukup memberikan hasil yang sangat positif pada Agustus 2025. Para pelaku usaha mengaku terbantu karena sebelumnya menghadapi berbagai kesulitan, seperti ketidaktahuan proses pendaftaran NIB dan ketidaktahuan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Pendampingan teknis yang dilakukan langsung melalui OSS membuat mereka lebih percaya diri untuk mendaftarkan usaha secara resmi, sejalan dengan target pemerintah provinsi Lampung untuk

memperkuat digitalisasi dan sertifikasi UMKM.¹⁵

Pemahaman digital marketing juga meningkat secara praktis. Misalnya, pemilik usaha kue dan makanan ringan mulai menggunakan *WhatsApp Business* untuk membagikan katalog produk, sementara pengrajin mebel dan produsen lemari aluminium antusias mengunggah katalog sederhana di Instagram dan memanfaatkan konsekuensi pemasaran melalui media sosial. Hal ini relevan dengan program "Lampung Go Digital" yang melibatkan pelatihan, pendampingan, serta kerja sama dengan *platform e-commerce* dan *fintech* seperti Shopee, Tokopedia, dan GoPay dengan tujuan memperluas jangkauan pasar UMKM Lampung.¹⁶

Namun, dalam diskusi, muncul keprihatinan dari beberapa pemilik usaha yang menanyakan apakah kepemilikan NIB membawa kewajiban pajak baru. Kekhawatiran tersebut mencerminkan kebutuhan penting untuk pendampingan lanjutan. Berdasarkan penjelasan Kementerian Investasi/BKPM, kepemilikan NIB tidak secara otomatis menambah beban pajak, namun merupakan langkah legalitas yang membuka akses ke fasilitas pemerintah, pembiayaan, hingga

¹⁵ DISPERINDAG Provinsi Lampung, "Dialog 'Lampung Menyapa': Sinergi Pemprov Lampung Dukung UMKM Berdaya Saing Global - Dialog 'Lampung Menyapa': Sinergi Pemprov Lampung Dukung UMKM Berdaya Saing Global," *Dinas Perindag Provinsi Lampung*, accessed September 4, 2025, <https://disperindag.lampungprov.go.id/detail-post/dialog-lampung-menyapa-sinergi-pemprov->

[lampung-dukung-umkm-berdaya-saing-global?utm_source=chatgpt.com](https://disperindag.lampungprov.go.id/detail-post/dialog-lampung-menyapa-sinergi-pemprov-lampung-dukung-umkm-berdaya-saing-global?utm_source=chatgpt.com).

¹⁶ "Lampung Go Digital: Program Digitalisasi UMKM Untuk Tingkatkan Daya Saing," accessed September 4, 2025, <https://radartv.disway.id/read/23005/lampung-go-digital-program-digitalisasi-umkm-untuk-tingkatkan-daya-saing/15?>

peluang ekspor.¹⁷ Respons ini memperkuat pentingnya menyertakan sesi edukatif tentang legalitas dan pajak dalam modul penyuluhan KKN selanjutnya.

Secara keseluruhan, penyuluhan ini menunjukkan efektivitas pendekatan personal dan kontekstual. Dengan menghadirkan materi legalitas dan digital marketing langsung ke pelaku usaha lokal, program ini berhasil menciptakan pemahaman yang lebih mendalam dan kemandirian dalam akses prosedur digital. Hal ini sejalan dengan semangat dialog pemerintah provinsi Lampung yang menekankan pentingnya sertifikasi produk dan adopsi digitalisasi agar daya saing UMKM semakin kuat, hingga ke tingkat global.

KESIMPULAN

Kegiatan penyuluhan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Digital Marketing bagi pelaku UMKM di Desa Purbosembodo memberikan dampak nyata dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan para pelaku usaha. Pendekatan door to door terbukti efektif karena mampu menghadirkan suasana interaktif dan langsung menjawab kebutuhan spesifik dari berbagai sektor usaha, seperti peternakan ayam petelur, ayam potong, produksi tempe, kue/makanan ringan, lemari aluminium, hingga mebel. Pelaku usaha merasa sangat terbantu, terutama dalam proses

pendaftaran NIB melalui OSS serta pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk.

Selain keberhasilan tersebut, ditemukan pula kekhawatiran dari sebagian pelaku usaha terkait konsekuensi kepemilikan NIB terhadap kewajiban pajak. Hal ini menegaskan bahwa penyuluhan mengenai legalitas usaha tidak dapat berhenti pada tahap administratif saja, tetapi harus dilengkapi dengan pemahaman komprehensif terkait regulasi perpajakan yang berlaku untuk UMKM. Dengan demikian, keberlanjutan program seperti ini membutuhkan sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku usaha agar manfaatnya tidak hanya dirasakan sesaat, tetapi mampu mendorong UMKM menuju daya saing yang lebih kuat.

Secara umum, kegiatan KKN ini menunjukkan bahwa penguatan karakter dan kapasitas masyarakat melalui pendekatan edukatif di bidang legalitas usaha dan pemasaran digital dapat menjadi model pengabdian yang aplikatif, kontekstual, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Aghni, M. Son, and Luthfy Purnanta Anzie. "Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia: Tinjauan Literatur Terbaru." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* 2, no. 3

¹⁷ "Kementerian Investasi Dan Hilirisasi/BKPM - Home Page," accessed September 4, 2025, <https://www.bkpm.go.id>.

- (June 4, 2025): 01-07.
doi:10.69714/am5r6c30.
- Aqham, Ahmad Ashifuddin, Laksamana Rajendra H.a.f, Haris Ihsanil Huda, Bagus Sudirman, and Moh Muthohir. "Pemanfaatan Digital Marketing Di UMKM Kampoeng Jadoel Melalui Media Sosial." *Jurnal ABDIMAS Indonesia* 2, no. 4 (December 17, 2024): 57-63. doi:10.59841/jurai.v2i4.2084.
- Badan Pusat Statistik. *Statistik UMKM Indonesia 2023*. Jakarta: BPS, 2023.
- Dinas Koperasi dan UKM Lampung Timur. *Laporan Tahunan Program Pemberdayaan UMKM Lampung Timur 2024*, 2024.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung. *Profil UMKM Provinsi Lampung 2023*. Bandar Lampung: Diskop UMKM, 2023.
- DISPERINDAG Provinsi Lampung. "Dialog 'Lampung Menyapa': Sinergi Pemprov Lampung Dukung UMKM Berdaya Saing Global - Dialog 'Lampung Menyapa': Sinergi Pemprov Lampung Dukung UMKM Berdaya Saing Global." *Dinas Perindag Provinsi Lampung*. Accessed September 4, 2025. <https://disperindag.lampungprov.go.id/detail-post/dialog-lampung-menyapa-sinergi-pemprov-lampung-dukung-umkm-berdaya-saing-global?>
- Juliandra, Galih, Muhammad Isral Gunawan, Nanda Tanjung, Muhammad Fajar, and Fitri Ayu Nofirda. "Analisis Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pekanbaru." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (January 25, 2024): 5249-53. doi:10.31004/jptam.v8i1.13189.
- "Kementerian Investasi Dan Hilirisasi/BKPM - Home Page." Accessed September 4, 2025. <https://www.bkpm.go.id>.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. *Laporan Perkembangan UMKM Tahun 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM, 2023.
- "Lampung Go Digital: Program Digitalisasi UMKM Untuk Tingkatkan Daya Saing." Accessed September 4, 2025. <https://radartv.disway.id/read/23005/lampung-go-digital-program-digitalisasi-umkm-untuk-tingkatkan-daya-saing/15?>
- "Optimalisasi Pemasaran Digital Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Lokal | AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat." Accessed September 4, 2025. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/5198?>
- Pemerintah Kota Metro. *Data UMKM Kota Metro 2023*. Metro: Dinas Koperasi UMKM, 2023.
- Roqybah, Laila, Indra Fattah Yuniansyah, Agita Maulia Rizki, Fitri Rokhmaturrizqiyah, Burhanuddin Zain, Dimas Fajar Muhamad, Akmal Kurniawan, Adinda Rizkisa Salsabila, Arindy Sekar Pramitha, and Ma'fiyatun

Insiyah. "Strategi Digital Marketing Untuk UMKM: Meningkatkan Daya Saing Di Pasar Lokal Melalui Media Sosial." *Jurnal Organisasi Dan Manajemen Indonesia* 3, no. 1 (April 30, 2025): 41–50.

Saputri, Ika Puji, Fathihani Fathihani, and Vely Randyantini. "Digital Marketing Untuk UMKM: Kunci Optimalisasi Strategi Pemasaran." *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 5, no. 3 (July 11, 2025): 322–35.
doi:10.56910/safari.v5i3.2856.

Sari, Junida, and Juliana Putri. "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Di Indonesia." *AL-IQTISHAD : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam* 4, no. 2 (December 30, 2024): 45–59.
doi:10.47498/iqtishad.v2i2.3753.