

Pemberdayaan UMKM Ekonomi Kreatif melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal

Ihram Karin Rizkiawan¹, Nurul Aisah^{2*}, Aisyah Mutia Dawis³,
Dewangga Eka Syahputra⁴, Maulida Khoiru Nisa⁵

^{1,2,4} Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas 'Aisyiyah Surakarta

^{3,5} Fakultas Sistem dan Teknologi Informasi, Universitas 'Aisyiyah Surakarta

Email: nurulaisah@aiska-university.ac.id

Abstract

This community service program aims to empower creative economy-based MSMEs through digitalization and the use of appropriate technology to increase the competitiveness of local products. The activity partner is the Keripik Indah Rasa MSME in Klaten, which faces obstacles in the manual production process, unattractive packaging, and limited marketing within the local scope. The methods used include knowledge transfer and technology transfer through stages of socialization, training, technology implementation, mentoring, and program sustainability. The technology provided includes an oil draining machine, an automatic tempeh cutter, a soybean skin peeling machine, and the use of e-commerce through the website marmerindahrasa.com. The results of the activity showed a significant increase in production capacity, time efficiency, product quality, and marketing reach. Evaluation through pre- and post-tests showed an increase in participants' understanding from 20% to 100% regarding digital marketing management, packaging, and simple finances. Thus, the integration of digitalization and appropriate technology has been proven to strengthen the competitiveness of local MSME products in a sustainable manner.

Keywords: Digitalization, Creative Economy, Community Empowerment, Appropriate Technology, MSMEs

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM berbasis ekonomi kreatif melalui digitalisasi dan pemanfaatan teknologi tepat guna guna meningkatkan daya saing produk lokal. Mitra kegiatan adalah UMKM Keripik Indah Rasa di Klaten yang menghadapi kendala pada proses produksi manual, pengemasan kurang menarik, serta pemasaran yang terbatas pada lingkup lokal. Metode yang digunakan meliputi knowledge transfer dan technology transfer melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, implementasi teknologi, pendampingan, serta keberlanjutan program dengan pemberian dan implementasi teknologi tepat guna untuk menunjang daya saing produk UMKM lokal. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kapasitas produksi, efisiensi waktu, kualitas produk, dan jangkauan pemasaran. Evaluasi melalui pre-test dan post-test memperlihatkan peningkatan pemahaman peserta dari 20% menjadi 100% terkait manajemen pemasaran digital, pengemasan, dan keuangan sederhana. Dengan demikian, integrasi digitalisasi dan

teknologi tepat guna terbukti mampu memperkuat daya saing UMKM produk lokal secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Digitalisasi, Ekonomi Kreatif, Pemberdayaan Masyarakat, Teknologi Tepat Guna, UMKM*

Pendahuluan

Ekonomi Kreatif bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dan informasi dengan menggunakan pengetahuan dan gagasan dalam program Wirausaha kreatif yang didukung oleh pemerintah (Kustanti, 2022). UMKM memiliki kontribusi signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama di sektor ekonomi kreatif yang berbasis inovasi dan budaya lokal. UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Sunarto et al., 2025). Namun, dalam menghadapi era persaingan global dan perkembangan teknologi yang pesat, banyak UMKM di sektor ekonomi kreatif yang masih tertinggal dalam hal digitalisasi. Hal ini menghambat potensi UMKM untuk mengembangkan pasar, memperkuat merek, dan meningkatkan kualitas layanan (Fahlevie et al., 2024). Digitalisasi dapat menjadi solusi strategis bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform online, memudahkan transaksi digital, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara *real-time* (Rusdiana et al., 2024).

Profil UMKM Aneka Keripik Indah Rasa beralamat di Karang Kendal RT 03/04, Bengking, Jatinom, Klaten, Jawa Tengah yang diketuai oleh Bu Indah. UMKM Aneka Keripik Indah Rasa berdiri tahun 2021 dengan total 10 karyawan dan bergerak dibidang kuliner dengan memproduksi keripik tempe dan keripik belut. Potensi Desa Klaten memiliki keunggulan salah satunya di UMKM kuliner. Klaten memiliki lokasi strategis dan kawasan Lokasi Mitra memiliki potensi pertanian dan pariwisata, didukung sektor ekonomi kreatif melalui para pelaku usaha mikro kecil dan menengah dan memiliki sumber daya alam yang mumpuni di sekitar wilayah, sehingga memiliki potensi perluasan UMKM wilayah Klaten.

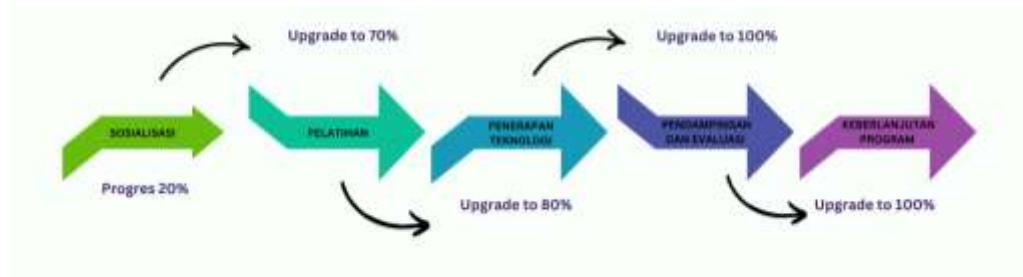
Analisis situasi dan permasalahan mitra di UMKM Aneka Keripik Indah Rasa yaitu proses pembuatan dan pengemasan masih dilakukan secara manual dan tidak memiliki teknologi tepat guna yang memadai untuk mendukung produksi dan pemasaran bisnis. Proses produksi yang sederhana dan tidak memiliki teknologi tepat guna mengakibatkan pengelolaan usaha yang kurang optimal misalnya, pemotongan tempe, pengupasan kulit ari kedelai dan penirisan minyak yang masih manual serta pengemasan masih dilakukan secara manual sehingga produk tampak tidak menarik dan tidak tahan lama. Selain itu pemasaran yang hanya dilakukan secara offline dan masih daerah lokal atau daerah sekitar. Program pemberdayaan ini menjadi penting karena dapat membantu UMKM mengoptimalkan media sosial, *e-commerce*, dan teknologi tepat guna lainnya untuk meningkatkan daya saing dan kualitas layanan. Dengan mengadopsi digitalisasi, UMKM ekonomi kreatif diharapkan mampu memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menyediakan layanan yang lebih responsif dan berkualitas kepada konsumen.

Berdasarkan masalah yang dihadapi mitra, Tim PKM tergerak untuk membantu mewujudkan Ekonomi Kreatif, khususnya UMKM Aneka Keripik Indah Rasa dianggap memiliki peluang yang besar di pasar usaha. Tujuan pelaksanaan kegiatan dan fokus pengabdian kepada masyarakat berorientasi pada

ekonomi kreatif dan ekonomi digital dengan meningkatkan keterampilan manajemen dan produktivitas usaha mitra melalui pelatihan dan penerapan teknologi tepat guna dalam proses produksi dan pemasaran serta pelatihan manajemen administrasi keuangan. Dampak dan manfaat program dari segi sosial ekonomi bagi kebutuhan masyarakat luas dengan penggunaan teknologi tepat guna (seperti mesin peniris pengering minyak, pemotong tempe otomatis dan mesin pengupas kulit ari kedelai) bersama dengan penggunaan e-commerce secara langsung meningkatkan kapasitas produksi dan jangkauan pasar. Dengan meningkatnya produksi dan permintaan, UMKM dapat memperluas bisnis mereka dan merekrut tenaga kerja lokal untuk proses produksi, pengemasan, dan pengelolaan toko online. Penjualan dan keuntungan bisnis meningkat yang meningkat akan meningkatkan kesejahteraan dan daya saing UMKM produk lokal di pasar global yang mampu menurunkan jumlah pengangguran di Desa Bengking. Selain itu, meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap produk lokal berkualitas untuk mengurangi ketergantungan terhadap produk impor.

Metode Pengabdian

Pengabdian ini dilaksanakan di UMKM Aneka Keripik Indah Rasa yang berlokasi di Karang Kendal RT 03/04, Bengking, Jatinom, Klaten, Jawa Tengah dengan peserta sebanyak 10 peserta. Metode permasalahan dengan pendekatan yang digunakan untuk mencapai target luaran yaitu *Knowledge Transfer dan Technology Transfer (TT)* (Meisari et al., 2025). Beberapa tahapan yang akan dilakukan adalah, 1) sosialisasi, 2) pelatihan, 3) implementasi teknologi, 4) evaluasi dan pendampingan, dan 5) keberlanjutan program. Tahap Sosialisasi dilakukan Focus Group Discussion (FGD) dilakukan untuk menciptakan persamaan persepsi tentang bagaimana merencanakan kegiatan pengabdian masyarakat untuk mencapai tujuan pengabdian dan menjelaskan ruang lingkup kegiatan pengabdian. FGD ini berkaitan dengan tempat pengabdian, waktu yang dialokasikan untuk program, dan alat yang digunakan. Tahap Pelatihan terdiri dari pelatihan pengemasan produk pelatihan manajemen administrasi dan keuangan. Tahap Penerapan Teknologi yang digunakan dalam program ini adalah pemberian mesin peniris pengering minyak, pemotong tempe otomatis, pengupas kulit ari kedelai dan E-commerce. Tahap evaluasi dan pendampingan, dilakukan dengan melibatkan mahasiswa dalam prosesnya dan evaluasi pelaksanaan program dilakukan dengan memberikan data capaian berupa pre test dan post test hasil kegiatan. Pre-test dilakukan sebelum kegiatan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman atau keterampilan peserta sebelum mendapatkan materi atau pelatihan. Post-test dilakukan setelah kegiatan untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mendapatkan pelatihan atau pendampingan. Tahap keberlanjutan program, dengan peralatan teknologi yang tepat guna akan menjamin keberlanjutan program PKM dan memungkinkan mitra untuk mengikuti prosedur, tahapan, dan jadwal yang telah ditetapkan. Pada masing-masing tahapan diharapkan mampu mencapai indikator capaian dari program pengabdian yang dijalankan seperti pada gambar 1.



Gambar 1. Prosentase Capaian PKM di Setiap Tahapan.

Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif melalui pemanfaatan teknologi agar mampu meningkatkan daya saing produk lokal. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional, namun masih banyak yang menghadapi keterbatasan dalam hal produksi, pemasaran digital dan manajemen keuangan. Upaya meningkatkan daya saing UMKM merupakan strategi penting guna menjamin keberlanjutan usaha sekaligus berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional. Di tengah perkembangan era digital, para pelaku UMKM perlu mampu menyesuaikan diri dengan dinamika pasar serta memanfaatkan inovasi dan teknologi digital sebagai kunci utama dalam menghadapi beragam tantangan yang muncul.

Tahap sosialisasi, tahap awal dilakukan sosialisasi program kepada pelaku UMKM di wilayah sasaran dengan melibatkan pemilik UMKM Keripik Indah Rasa yang mencakup penyampaian tujuan, manfaat, dan rencana kegiatan program secara rinci, termasuk pentingnya digitalisasi sebagai strategi peningkatan pemasaran, efisiensi operasional, dan perluasan jangkauan pasar. Sosialisasi dilakukan melalui diskusi terbuka, sehingga para mitra dapat menyampaikan kebutuhan, tantangan, serta potensi lokal yang dimiliki, tujuannya adalah untuk meningkatkan daya saing produk local UMKM Keripik Indah Rasa melalui pendekatan *Knowledge Transfer dan Technology Transfer* (TT).

Pada tahap pelatihan terdiri dari pelatihan pengemasan produk, pelatihan manajemen administrasi dan keuangan yang dilakukan dengan memberikan informasi tentang jenis produk yang akan dikemas, jenis kemasan yang digunakan, teknik pengemasan yang tepat, dan standar kualitas dan keamanan. Hal-hal yang perlu diperhatikan termasuk kemasan, alat pengemas, label, dan perlengkapan keamanan seperti masker dan sarung tangan agar produk tetap higienis. Dalam ranah ekonomi kreatif, inovasi dan kreativitas dianggap sebagai faktor penting yang dapat meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat keunikan di pasar, serta memperluas ketertarikan konsumen (Arniwita et al., 2025). Pelatihan manajemen administrasi dan keuangan, materi pelatihan yang diberikan mencakup konsep dasar, teknik, dan praktik terbaik dalam manajemen administrasi dan keuangan. Selain itu diberikan pelatihan laporan keuangan sederhana yaitu harian, mingguan, bulanan, tahunan serta laporan produksi dan stok agar pencatatan lebih rinci dan jelas (Aisah & Syahputra, 2024).



Gambar 2. Packaging Produk

Tahap Penerapan Teknologi dengan pemberian mesin peniris pengering minyak, pemotong tempe otomatis dan pengupas kulit ari kedelai. Mitra diberi pelatihan cara penggunaan mesin peniris pengering minyak, pemotong tempe otomatis dan pengupas kedelai dalam kegiatan pelaksanaan kegiatan. Selain itu, penggunaan situs e-commerce yang memiliki katalog produk mitra yang memungkinkan pemasaran yang lebih luas. Mesin peniris pengering minyak memiliki kegunaan mengurangi kadar minyak berlebih pada makanan, menghasilkan gorengan yang lebih renyah dan tahan lama tanpa lembek akibat minyak berlebih. Produk menjadi lebih berkualitas, penggunaan minyak lebih hemat, produksi lebih efisien, dan dampak lingkungan lebih minim (Sugandi et al., 2018). Mesin pemotong tempe otomatis dapat mempercepat proses pemotongan tempe dibandingkan dengan cara manual dan memastikan potongan tempe memiliki ketebalan yang seragam, sehingga meningkatkan kualitas produk (Hariri et al., 2022). Untuk mesin pengupas kulit ari kedelai dapat menghasilkan pengupasan yang merata tanpa merusak biji kedelai serta menghasilkan kedelai yang lebih bersih dan seragam tanpa merusak bentuk biji kedelai (Nugroho & Baskoro, 2021). Sedangkan sistem E-commerce dengan alamat website <http://keripikindahrasa.com/> dapat menampung katalog produk UMKM Keripik Indah Rasa yang lebih luas dengan berbagai kategori yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan memberikan gambaran yang lebih realistis tentang produk dan mendukung keputusan pembelian dengan pengalaman yang lebih mendalam dan interaktif. Pemanfaatan teknologi digital dan penerapan konsep ekonomi sirkuler mampu mendorong peningkatan kapasitas serta daya saing UMKM di era Society 5.0. Melalui pelatihan digital marketing dan pemanfaatan e-commerce, para pelaku UMKM dibekali keterampilan untuk memasarkan produk secara online. Di samping itu, penguatan citra merek melalui penyediaan produk berkualitas juga menjadi aspek penting dalam strategi peningkatan daya saing UMKM Keripik Tempe Indah Rasa (Daisy et al., 2024; Putri Rahmadani et al., 2023)



Gambar 3. Mesin pengupas kulit ari kedelai (a), Mesin pemotong tempe otomatis (b), Mesin spinner (c)

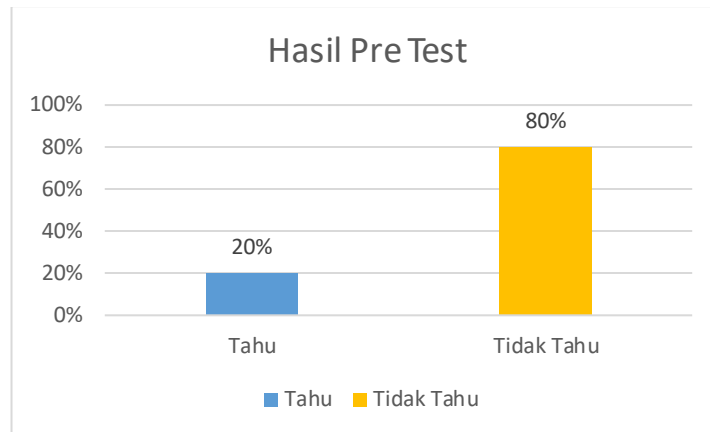


Gambar 4. E-Commerce UMKM Indah Rasa (<http://keripikindahrasa.com/>)

Pemanfaatan e-commerce melalui <http://keripikindahrasa.com/> dilakukan dengan memberikan pembekalan strategi pemasaran kreatif kepada pelaku UMKM. Setelah memperoleh informasi tersebut, para peserta menunjukkan ketertarikan untuk mencoba memasarkan produknya secara online. Hal ini mencerminkan tumbuhnya kesadaran baru mengenai pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin digital (Fitriana et al., 2025; Zahroh et al., 2025). Oleh karena itu, pendampingan yang berkesinambungan diperlukan agar pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi secara optimal serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Tahap pendampingan dan evaluasi dilakukan dengan pre test dan post test untuk setiap kegiatan. Pre test diberikan kepada para peserta pelatihan untuk mengukur pemahaman peserta. Dari hasil pre test yang dihadiri oleh 10 peserta didapatkan hasil sebagai berikut:

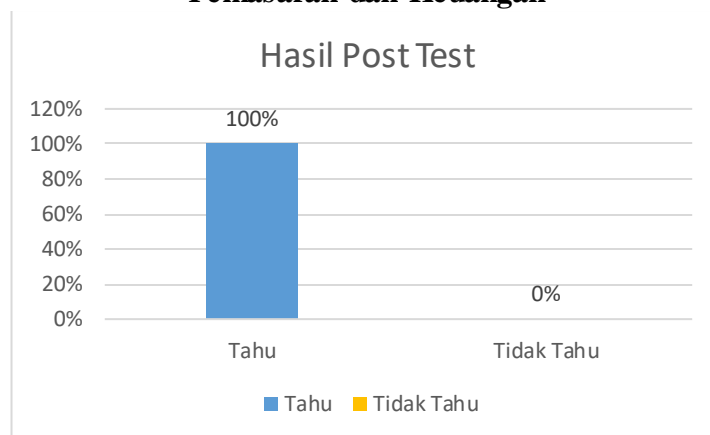
Grafik 1. Hasil Pre Test Pemahaman Peserta Tentang Manajemen Pemasaran dan Keuangan



Hasil pre test (Grafik 1) yang dilakukan oleh 10 peserta UMKM Keripik Indah Rasa sebanyak 20% tahu dan 80% tidak tahu tentang manajemen pemasaran terkait digital marketing, pengemasan produk dan manajemen keuangan terkait laporan keuangan sederhana, laporan harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Mitra masih menggunakan proses pemasaran dan keuangan yang masih manual.

Setelah kegiatan pelatihan dilakukan post test untuk para peserta pelatihan. Hasil data post test yang dihadiri oleh 10 peserta didapatkan hasil sebagai berikut:

Grafik 2. Hasil Post Test Pemahaman Peserta Tentang Manajemen Pemasaran dan Keuangan



Hasil post test (Grafik 2) yang dilakukan oleh 10 peserta UMKM Keripik Indah Rasa sebanyak 100% atau seluruh peserta tahu tentang manajemen pemasaran terkait digital marketing, pengemasan produk dan manajemen keuangan terkait laporan keuangan sederhana, laporan harian, mingguan, bulanan dan tahunan.

Tahap keberlanjutan program, setelah pemberian teknologi tepat guna berupa mesin peniris pengering minyak, pemotong tempe otomatis, pengupas kulit ari kedelai, dan platform e-commerce akan diwujudkan melalui pendampingan teknis berkelanjutan dan optimalisasi penggunaan alat. Pelaku UMKM Keripik Indah Rasa akan dibekali panduan operasional serta pelatihan pemeliharaan rutin agar teknologi yang diberikan dapat dimanfaatkan secara maksimal. Pemanfaatan e-commerce akan terus diperkuat dengan strategi pemasaran digital, pengelolaan stok, dan pelayanan pelanggan berbasis daring.

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini telah meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Keripik Indah Rasa baik dari sisi produksi maupun pemasaran, yang sejalan dengan hasil pengabdian (Meisari et al., 2025). Pemberian teknologi tepat guna berupa mesin peniris pengering minyak, pemotong tempe otomatis, dan pengupas kulit ari kedelai telah memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi proses produksi. Waktu pengolahan bahan baku menjadi lebih singkat, kualitas produk lebih konsisten, dan biaya operasional dapat ditekan karena berkurangnya tenaga kerja manual. Sementara itu, penerapan e-commerce sebagai media pemasaran digital berhasil memperluas jangkauan pasar dari lingkup lokal menjadi regional bahkan nasional (Arrizal & Sofyantoro, 2020). Pelaku UMKM mampu memanfaatkan platform digital untuk menampilkan produk secara menarik, mengelola transaksi secara terstruktur, serta membangun interaksi langsung dengan konsumen. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa integrasi teknologi tepat guna dengan digitalisasi pemasaran mampu mendorong produktivitas, efisiensi, dan daya saing produk lokal secara berkelanjutan.



Gambar 5. Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat.

Simpulan

Program pengabdian masyarakat dengan mitra pengabdian UMKM Keripik Indah Rasa di Klaten berhasil meningkatkan kapasitas produksi, efisiensi operasional, kualitas produk, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui penerapan teknologi tepat guna serta pemanfaatan e-commerce. Selain peningkatan kapasitas produksi, kegiatan pengabdian masyarakat ini mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra, terbukti dari hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan kenaikan pemahaman dari 20% menjadi 100% dalam aspek digital marketing, pengemasan, dan manajemen keuangan sederhana. Dengan demikian, integrasi digitalisasi dan teknologi tepat guna terbukti efektif dalam memperkuat daya saing UMKM berbasis ekonomi kreatif. UMKM perlu terus meningkatkan kompetensi di bidang digital marketing dan manajemen keuangan. Tim pengabdian bersama mahasiswa akan tetap melakukan monitoring dan evaluasi secara periodik untuk memastikan keterampilan digital, pengemasan, dan manajemen keuangan mitra terus berkembang.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memberikan dana pengabdian kepada masyarakat Tahun 2025 dan semua pihak yang membantu program dan menyelesaikan penulisan naskah ini.

Daftar Pustaka

- Aisah, N., & Syahputra, D. E. (2024). Pemberdayaan Usaha Mikro : Optimalisasi Kebutuhan Modal Umkm Melalui Dukungan Program Sekolah Wirausaha ‘ Aisyiyah. *Al-Ijtima: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 229–237. <https://doi.org/https://doi.org/10.53515/aijpkm.v5i1.107>
- Arniwita, Febrina, I., Rachmania, D., Rahman, K., Sasmita, D., Zulaecha, H. E., & Sudarmanto, E. (2025). Strategi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 2702–2708. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.652>
- Arrizal, Z., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan Dan Inovasi Daerah*, 2(1), 39–48.
- Daisy, A., Syafitri, A., Apriiliansyah, E., Nusantara, P., Febriyanto, M., Helvy, M., Zamardha, R., & Wahyudi, K. E. (2024). Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Memperluas Pasar Melalui Branding Produk di Desa Jatisari. *ARSY: Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, 5(2), 110–118. <https://doi.org/10.55583/arsy.v5i2.1017>
- Fahlevie, R., Rapiudinsyah, A., Raffy, M., Alsha, A., Putra, D., Veronika, M., & Alie, J. (2024). Strategi Pemberdayaan Branding Dan Digital Marketing Bagi Umkm Menuju Ekonomi Digital Di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan. *Communnity Development Journal*, 5(4), 7846–7853. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.33315>
- Fitriana, R., Fauziyatul H, N., Azrni, S., Naufal, M., Zahro, A., Astuti, D., & Mardiana, S. S. (2025). PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI DIGITALISASI DAN INOVASI PRODUK. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 7(1), 2654–2544. <https://doi.org/10.26751/jai.v7i1>
- Hariri, H., Fathar, M. Al, & Bachtiar, I. (2022). Rancang bangun mesin pengiris tempe otomatis. *SINTEK JURNAL: Jurnal Ilmiah Teknik Mesin*, 16(1), 30. <https://doi.org/10.24853/sintek.16.1.30-40>
- Kustanti, R. (2022). Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekobistek*, 11, 239–244. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.366>
- Meisari, W. A., Aisah, N., & Dawis, A. M. (2025). Sinergi Digital Untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif UMKM D & R Snack Di Desa Baturetno. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 5(2), 735–744. <https://doi.org/10.36908/akm.v5i2.1316>

- Nugroho, S. S., & Baskoro, B. B. (2021). Rekayasa Teknologi Pengelupas Kulit Ari Kedelai dalam Efisiensi Produksi Keripik Tempe Sagu pada Industri Kecil Menengah di Kabupaten Bantul. *Jurnal Riset Daerah Kabupaten Bantul*, XXI(1), 3785–3800.
- Putri Rahmadani, A., Agustina, D., Khuzaimah, D., Cahya Wahyu Ningsih, E., Assafillia, F., Dwi Kurniawati, K., Imanulloh, M., Nur Rohim, R., Zulfah Izzati, S., Jannah, Z., & Nurlaeli, I. (2023). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan UMKM Dalam Digitalisasi Marketing. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 57–66. <https://doi.org/10.61813/jlppm.v2i2.39>
- Rusdiana, A., Suparto, L., & Sri Silvia Pamuji, R. (2024). Digitalisasi UMKM Desa Ujungjaya Melalui e-Commerce Shopee. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 2102–2107. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i3.9568>
- Sugandi, W., Kramadibrata, A. M., & Prabowo, Y. (2018). Analisis Teknik dan uji Kinerja Mesin Peniris Minyak (Spinner). *Jurnal Ilmiah Rekayasa Pertanian Dan Biosistem*, 6(1), 17–26.
- Sunarto, A., Napisah, Putri, A. R., & Anggraini, A. (2025). Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Inovasi dan Digitalisasi pada UMKM Jaringan Wirausaha (Jawara) di Wilayah Bojongsari Depok. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 5(2), 514. <https://doi.org/10.37481/pkmb.v5i2.1490>
- Zahroh, N. A., Rolianah, W. S., Istifadhoh, N., Arifiansyah, F., & Albar, K. (2025). Strategi Digitalisasi dalam Pemberdayaan UMKM Desa Ketapanglor untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 1189–1199. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4990>