

Artikel Pengabdian kepada Masyarakat

Penerapan dan Pemanfaatan Platform Digital dalam Rangka Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Lekaq Kidau

Salmah Pattisahusiwa*, Bisma Rizky Rahmadi, Almira Nurshava Zaida Sari, Sophia Lam Lenjau

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia

* Correspondence: salmah.pattisahusiwa@feb.unmul.ac.id; Tel.: (+6281254349776)

Abstract

Citation: Pattisahusiwa S, Rahmadi BR, Sari ANZ, Lenjau SL. Penerapan dan pemanfaatan platform digital dalam rangka peningkatan daya saing UMKM Desa Lekaq Kidau. *J Abditu Naturafarm* 2024, 1(2), 54-60. <https://doi.org/10.70392/jan.v1i2.5460>.

Academic Editor: Dr. Aryik Ibrahim

Received: 19 Oktober 2024

Revised: 22 November 2024

Accepted: 27 November 2024

Publisher's Note: B-CRETA publisher stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License

Digitalization is one of the main solutions in overcoming the challenges faced by MSMEs in Lekaq Kidau Village, especially in increasing market access and transaction efficiency. Implementing e-commerce, social media as a promotional tool, and using QRIS for digital payments are strategic steps that can help village MSMEs to develop in the digital era. This service activity carried out by the Kukar 42 KKN Group aims to educate the people of Lekaq Kidau Village about the importance of digital transformation in their business activities. Through socialization, it is hoped that MSME players will be able to understand the use of digital platforms, from marketing to payments, so that they can increase the competitiveness of local products. The pretest and posttest results showed a significant increase in the understanding of MSME actors in Lekaq Kidau Village regarding digitalization, where participants with good knowledge increased from 5 to 13 people after socialization, and the number of participants with poor knowledge fell from 15 to only 2 people. Knowledge about the digitalization of MSMEs is important to accelerate technology adoption and support local economic growth.

Keywords: digitalization of MSMEs; socialization; digital transformation

Abstrak

Digitalisasi menjadi salah satu solusi utama dalam mengatasi tantangan yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Lekaq Kidau, terutama dalam meningkatkan akses pasar dan efisiensi transaksi. Penerapan *e-commerce*, media sosial sebagai sarana promosi, serta penggunaan QRIS untuk pembayaran digital merupakan langkah-langkah strategis yang dapat membantu UMKM desa untuk berkembang di era digital. Kegiatan pengabdian yang dilakukan Kelompok KKN Kukar 42 ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat Desa Lekaq Kidau mengenai pentingnya transformasi digital dalam kegiatan bisnis mereka. Melalui sosialisasi, diharapkan pelaku UMKM mampu memahami penggunaan platform digital, mulai dari pemasaran hingga pembayaran, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk lokal. Hasil pretest dan posttest menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman pelaku UMKM Desa Lekaq Kidau terkait digitalisasi, di mana peserta

dengan pengetahuan baik meningkat dari 5 menjadi 13 orang setelah sosialisasi, serta jumlah peserta dengan pengetahuan kurang turun dari 15 menjadi hanya 2 orang. Pengetahuan mengenai digitalisasi UMKM penting untuk mempercepat adopsi teknologi dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata Kunci: digitalisasi umkm; sosialisasi; transformasi digital

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi elemen kunci dalam perkembangan UMKM di Indonesia, karena kemajuan teknologi menawarkan berbagai kemudahan dalam menjalankan usaha [1]. Menurut [2], pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Namun, meski potensinya besar, banyak UMKM di Indonesia, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Lekaq Kidau, masih tertinggal dalam memanfaatkan teknologi digital ini. Kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam bisnis menjadi salah satu penghambat utama bagi UMKM di daerah ini [3]. Hal ini menyebabkan UMKM di wilayah pedesaan kesulitan bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Salah satu bentuk teknologi yang juga masih minim penggunaannya di kalangan UMKM pedesaan adalah aplikasi pembayaran digital, seperti QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Padahal, QRIS dirancang untuk memudahkan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, serta membantu UMKM mengelola keuangan secara lebih efisien [4, 5]. Meski demikian, masih banyak UMKM di Desa Lekaq Kidau yang belum memanfaatkan QRIS secara optimal karena kurangnya literasi digital. Akibatnya, terdapat kesenjangan besar antara potensi digitalisasi dan realitas di lapangan, yang jarang dieksplorasi secara mendalam oleh para peneliti sebelumnya [6].

Keberadaan sosialisasi dalam penggunaan teknologi digital masih sangat terbatas. Banyak pelaku UMKM di Desa Lekaq Kidau yang belum mendapatkan akses atau bimbingan yang memadai dalam mengoperasikan platform *e-commerce* dan media sosial. Hal ini memperburuk kesulitan mereka dalam memanfaatkan potensi teknologi digital secara optimal. Kurangnya sosialisasi ini juga menghambat adaptasi terhadap alat digital baru, seperti aplikasi pembayaran QRIS, yang seharusnya dapat mempermudah transaksi dan meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan [7]. Menurut [8], teknologi digital memiliki peran dan dampak yang sangat penting terhadap UMKM. Untuk itu, perlu adanya sosialisasi yang lebih intensif tentang teknologi digital dan aplikasi pembayaran untuk meningkatkan literasi dan adopsi teknologi di kalangan UMKM Desa Lekaq Kidau.

Meskipun berbagai program telah dilaksanakan untuk mendukung digitalisasi UMKM, sayangnya sebagian besar inisiatif tersebut lebih terfokus pada wilayah perkotaan yang memiliki akses lebih baik terhadap infrastruktur digital dan pelatihan teknologi. Akibatnya, UMKM di daerah pedesaan, seperti di Desa Lekaq Kidau, sering kali masih tertinggal dalam hal pemanfaatan teknologi digital. Mereka menghadapi banyak kendala, mulai dari kurangnya akses terhadap perangkat dan konektivitas yang memadai, hingga minimnya pemahaman tentang bagaimana teknologi dapat diintegrasikan secara efektif ke dalam bisnis mereka. Studi literatur yang ada menunjukkan bahwa mayoritas penelitian dan program pengabdian selama ini lebih menekankan pada dampak digitalisasi di lingkungan perkotaan, yang notabene memiliki akses dan kesiapan yang lebih baik dalam menghadapi transformasi digital [9]. UMKM di daerah pedesaan seringkali terabaikan dalam penelitian dan program pelatihan ini, meskipun mereka sebenarnya memiliki potensi besar untuk berkembang dengan bantuan teknologi. Kondisi ini memperbesar kesenjangan antara UMKM perkotaan dan pedesaan, sehingga pelaku usaha di daerah pedesaan cenderung lebih lambat dalam mengadopsi teknologi. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi berbasis penelitian yang dapat merespons kebutuhan spesifik UMKM di daerah pedesaan, seperti Desa Lekaq Kidau, untuk memanfaatkan teknologi digital secara lebih

efektif. Solusi ini harus mencakup pelatihan yang disesuaikan dengan kondisi lokal, peningkatan akses terhadap infrastruktur digital, serta bimbingan intensif yang dapat membantu UMKM pedesaan memaksimalkan potensi mereka dalam menghadapi era digital.

Tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan literasi dan keterampilan digital di kalangan UMKM Desa Leka Kidau, dengan fokus pada pemanfaatan *e-commerce*, media sosial, serta aplikasi pembayaran digital QRIS. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan praktis dalam mengintegrasikan teknologi digital, guna memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan. Manfaat yang diharapkan meliputi peningkatan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam memanfaatkan platform digital secara optimal, sehingga mereka mampu bersaing di pasar yang lebih luas dan efisien. Selain itu, program ini juga bertujuan menyediakan platform digital bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka secara online, serta mendorong peningkatan jumlah UMKM yang aktif menggunakan media sosial dan teknologi pembayaran.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1. Tempat dan Waktu

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Budaya Leka Kidau, Kecamatan Sebulu, Kabupaten Kutai Kartanegara, pada tanggal 4 Agustus 2024.

2.2. Khalayak Sasaran

Kegiatan ini berfokus pada pelaku UMKM yang terkhusus pada anggota Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK).

2.3. Metode Pengabdian

Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam kegiatan ini sebagai berikut:

2.3.1 Survey Identifikasi UMKM

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program ini dimulai dengan survei identifikasi UMKM di Desa Leka Kidau. Survei ini bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai jenis produk yang dihasilkan, harga jual produk, bagaimana pemasaran produk dilakukan, metode pembayaran apa yang digunakan. Survei juga mengevaluasi tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi digital seperti *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS.

2.3.2 Pelaksanaan Sosialisasi

Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam mengembangkan usaha mereka. Dalam sosialisasi ini, peserta diperkenalkan pada berbagai teknologi *e-commerce* yang dapat membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas, serta cara efektif untuk memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk. Selain itu, sosialisasi juga menekankan penggunaan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS, yang dirancang untuk mempermudah transaksi dan mempercepat proses pembayaran, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan dan efisiensi operasional.

2.3.3 Distribusi dan Analisis Kuesioner

Metode distribusi dan analisis kuesioner merupakan langkah penting dalam pelaksanaan program ini, yang bertujuan untuk mengevaluasi pemahaman peserta sebelum dan sesudah sosialisasi literasi digital. Kuesioner ini dibagikan kepada seluruh peserta untuk mengukur tingkat pengetahuan awal mereka mengenai teknologi digital dan potensi penggunaannya dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Setelah sosialisasi selesai, kuesioner yang sama diberikan kembali kepada peserta untuk menilai perubahan pemahaman mereka. Data yang terkumpul

kemudian dianalisis secara sistematis untuk mengukur efektivitas sosialisasi dan mengidentifikasi area-area tertentu yang masih memerlukan peningkatan. Hasil analisis ini menjadi acuan untuk menyusun langkah-langkah selanjutnya dalam program, sehingga dapat lebih tepat sasaran dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM dan memastikan bahwa upaya sosialisasi memberikan dampak yang signifikan dalam pengembangan usaha mereka.

2.3.4 Dokumentasi Produk UMKM

Dalam proses ini, setiap produk difoto dengan kualitas tinggi, disertai deskripsi yang detail mencakup bahan, keunikan, dan manfaat dari produk tersebut. Dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai arsip, tetapi juga sebagai alat pemasaran digital yang sangat penting, yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk melalui berbagai platform online.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, ditemukan bahwa berbagai jenis produk kreatif dihasilkan oleh pelaku UMKM di Desa Lekaq Kidau. Produk-produk tersebut antara lain gelang manik, pakaian adat khas daerah, tas anyaman yang terbuat dari anyaman, serta saraung yang merupakan topi tradisional Dayak. Produk-produk ini memiliki nilai budaya dan estetika yang tinggi, dan kerap diminati oleh para wisatawan yang berkunjung ke desa tersebut. Namun, hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih bergantung pada pemasaran langsung kepada wisatawan sebagai sumber utama pendapatan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada potensi besar dari produk-produk ini, strategi pemasaran yang digunakan saat ini terbatas pada interaksi tatap muka dengan konsumen, yang secara tidak langsung membatasi jangkauan pasar mereka. Hanya sebagian kecil dari pelaku UMKM yang sudah mulai memanfaatkan platform online, seperti media sosial dan marketplace, sebagai sarana untuk memperluas pasar mereka.

Dalam konteks ini, penerapan digital marketing bukan lagi sekadar pilihan yang dapat diambil atau ditinggalkan, melainkan telah menjadi suatu keharusan bagi UMKM yang ingin bertahan dan berkembang di era digital saat ini. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital, para pelaku UMKM di Desa Lekaq Kidau perlu memperbarui strategi pemasaran mereka agar tetap relevan dan kompetitif. Seperti yang diungkapkan oleh [10], digitalisasi UMKM adalah kunci untuk menjaga relevansi di tengah dinamika perubahan dunia bisnis global. Dengan memanfaatkan digital marketing, para pelaku usaha dapat menjangkau lebih banyak konsumen di luar wilayah geografis mereka dan berpotensi meningkatkan omset usaha secara signifikan.

Selain aspek pemasaran, survei juga mengevaluasi metode pembayaran yang saat ini digunakan oleh pelaku UMKM. Mayoritas dari mereka masih menggunakan metode pembayaran yang cenderung konvensional, seperti pembayaran tunai. Sistem ini tidak hanya kurang efisien, tetapi juga membatasi kenyamanan konsumen, terutama bagi wisatawan yang lebih terbiasa menggunakan metode pembayaran digital. Pemanfaatan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS masih belum populer di kalangan masyarakat setempat. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat Desa Lekaq Kidau mengenai teknologi keuangan digital. Penggunaan QRIS, misalnya, dapat mempercepat transaksi dan memudahkan pencatatan keuangan, yang pada gilirannya akan membantu UMKM mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien dan transparan. Secara keseluruhan, temuan survei ini menggarisbawahi pentingnya peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM Desa Lekaq Kidau. Rata-rata masyarakat di desa ini belum sepenuhnya memahami bagaimana teknologi, termasuk *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi pembayaran digital, dapat diintegrasikan ke dalam bisnis mereka untuk meningkatkan kinerja dan daya saing.

Kelompok KKN Kukar 42 mengadakan sosialisasi terkait digitalisasi UMKM (Gambar 1), sebuah langkah penting dalam mengedukasi dan memberdayakan pelaku UMKM di Desa Leka Kidau. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha mereka, di tengah tantangan dan peluang yang ada di era modern. Dalam sesi sosialisasi yang interaktif ini, peserta diperkenalkan dengan konsep *e-commerce*, yang merupakan metode bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi untuk melakukan transaksi secara online. Mereka diajarkan tentang pengertian *e-commerce*, jenis-jenis platform yang ada, dan manfaat-manfaat yang dapat diperoleh, seperti memperluas jangkauan pasar secara online, memudahkan transaksi dengan konsumen, serta meningkatkan efisiensi operasional.



Gambar 1. Sosialisasi digitalisasi UMKM

Peserta diberikan penjelasan mendalam mengenai berbagai platform *e-commerce* yang dapat digunakan, termasuk marketplace populer seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee, serta bagaimana cara mengoptimalkan penggunaannya untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, sosialisasi ini juga membahas pentingnya pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran digital. Peserta diperkenalkan pada platform-platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, dengan penekanan pada cara-cara kreatif untuk mempromosikan produk mereka. Diskusi mengenai manfaat penggunaan media sosial untuk meningkatkan brand awareness dan berinteraksi dengan pelanggan sangat ditekankan, sehingga peserta dapat memahami bagaimana membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen dan menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konteks QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), peserta juga mendapatkan penjelasan tentang keuntungan bertransaksi menggunakan aplikasi ini. QRIS memungkinkan pelaku UMKM untuk melakukan transaksi keuangan secara cepat, aman, dan efisien, baik dalam transaksi langsung maupun daring. Para pelaku usaha diberikan informasi mengenai syarat-syarat pendaftaran untuk QRIS, langkah-langkah praktis untuk mendaftar, dan bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut dalam transaksi sehari-hari. Dengan memahami penggunaan QRIS, peserta diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan usaha mereka.

Hasil *pre-test* dan *post-test* (Tabel 1) yang dilakukan setelah kegiatan sosialisasi memberikan gambaran mengenai perubahan tingkat pengetahuan pelaku UMKM di Desa Leka Kidau terkait digitalisasi. Pada *pre-test*, terdapat 15 orang yang memiliki tingkat pengetahuan kurang, 10 orang dengan pengetahuan cukup, dan hanya 5 orang yang memiliki pengetahuan baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta masih kurang memahami konsep dan manfaat digitalisasi dalam usaha mereka. Setelah sosialisasi dilaksanakan, hasil *post-test* menunjukkan adanya perubahan yang signifikan. Jumlah peserta yang berada pada kategori kurang turun drastis menjadi hanya 2

orang, sementara peserta dengan tingkat pengetahuan cukup meningkat menjadi 15 orang, dan yang memiliki pengetahuan baik melonjak menjadi 13 orang. Perubahan ini mengindikasikan bahwa sosialisasi yang dilakukan berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai e-commerce, media sosial, dan aplikasi pembayaran digital QRIS.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Pre-test dan Post-test Tingkat Pengetahuan Pelaku UMKM Desa Leka Kidau

Pengetahuan	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
Kurang	15	2
Cukup	10	15
Baik	5	13
Total	30	30

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan Kelompok KKN Kukar 42 di Desa Leka Kidau, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi UMKM merupakan langkah penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha lokal. Sosialisasi mengenai e-commerce, media sosial, dan QRIS berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM, terbukti dari hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam tingkat pengetahuan mereka. Dokumentasi produk UMKM juga memberikan manfaat besar dalam mempromosikan produk secara digital, memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform online dan media sosial. Dengan memanfaatkan teknologi digitalisasi UMKM yang berkelanjutan, UMKM di Desa Leka Kidau berpotensi untuk terus berkembang dan bersaing di era digital.

KONTRIBUSI PENULIS: -

PENDANAAN: -

UCAPAN TERIMA KASIH: -

Konflik Kepentingan: Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

REFERENSI

- Sholihin, U. Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* 2024, 3(2), 100–114. DOI: <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2512>
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital Abad 21 Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) the Digital Age of the 21st Century. *Tali Jagad Journal* 2023, 1(3), 14–18. DOI: <https://doi.org/10.55732/unu.tjj.2023.01.3>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2024, 2(1), 109–118. DOI: <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>
- Hairani, F., Damanik, R., Budhi, A. F., Pristiwarda, D., Rizki, A. P., & Nasution, D. P. Pengaruh Penggunaan QRIS untuk Meningkatkan Efektivitas dan Efisiensi Pembayaran UMKM di Medan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 2024, 1(3), 166–171. DOI: <https://doi.org/10.62017/jemb.v1i3.826>

5. Puriati, N. M., Sugiartana, I. W., & Mertaningrum, N. P. E. Efektivitas Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) pada Umkm di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika* 2023, 13(3), 332–338. DOI: <https://doi.org/10.23887/jiah.v13i3.70942>
6. Susanti, W. F., Jannatuzzahra, K., Kartika, A. D. P., & Mukaromah, S. Upaya dalam Mengurangi Kesenjangan Digital pada Penerapan Smart Village. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi* 2023, 3(1), 334–343. DOI: <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.336>
7. Pangesti, F. M., Nadhiroh, A. F., Ghuri, E., Tanjung, D. S., Kusumaningrum, D. A., & Adiba, D. R. N. Pengaruh Penggunaan Financial Technology QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Determinasi: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* 2024, 2(1), 23–28.
8. Parasari, N. S. M., Suputra, I. M. G., Anggreswari, N. P. Y., & Pidada, I. A. I. Upaya Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Pitra Tabanan Melalui Sosialisasi Edukasi Pemasaran Digital. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2023, 7(2), 837–845. DOI: <https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i2.5371>
9. Aziezy, E., Pahlevi, A., Ramadhan, S., & Saputra, A. A. Revitalisasi Bisnis UMKM di Desa Waluyo Melalui Inovasi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan* 2024, 4(3), 53–59. DOI: <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i3.761>
10. Jasri, J., Arfan, N., Hasanuddin, H., & Hasan, H. A. Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* 2022, 6(2), 212–224. DOI: <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2>