

PERAN OPTIMALISASI SISTEM DIGITAL OPERASIONAL DAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA WARUNG JIK KERTI

Ni Made Satya Utami*, Ni Made Nustiti Asih

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email¹: satyakesawa@unmas.ac.id 1

Email²: tianustiti@gmail.com 2

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk beradaptasi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. Namun, masih banyak usaha yang belum memanfaatkan teknologi secara optimal, termasuk Warung Jik Kerti. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan sistem digital operasional dan pemanfaatan media sosial dalam pengembangan usaha. Metode yang digunakan meliputi edukasi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi dan monitoring secara berkala selama 32 hari. Program kerja mencakup digitalisasi pencatatan operasional menggunakan Microsoft Excel, pelatihan visualisasi konten media sosial, serta pembuatan menu digital berbasis QR Code. Hasil menunjukkan bahwa seluruh program terlaksana dengan capaian 100% dan memberikan dampak positif, seperti peningkatan efisiensi pencatatan, kerapian data, peningkatan kualitas konten promosi, serta kemudahan pelayanan pelanggan. Optimalisasi media sosial juga mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, penggunaan menu digital membantu menekan biaya operasional dan memberikan pengalaman baru bagi konsumen. Dengan demikian, program ini terbukti efektif dalam mendukung transformasi digital dan pengembangan usaha Warung Jik Kerti secara berkelanjutan.

Kata Kunci: digitalisasi operasional, media sosial, UMKM, konten digital, QR Code.

ABSTRACT

The development of digital technology encourages businesses, especially small and medium-sized enterprises (SMEs), to adapt and improve operational efficiency and competitiveness. However, many businesses, including Warung Jik Kerti, have not optimally utilized digital technology. This community service program aims to optimize digital operational systems and social media utilization for business development. The methods used include education, training, mentoring, and evaluation and monitoring conducted over 32 days. The program consists of digitalizing operational records using Microsoft Excel, training in social

media content visualization, and developing a QR Code-based digital menu. The results show that all programs were successfully implemented, achieving 100% success, with positive impacts including improved recording efficiency, better data organization, enhanced quality of promotional content, and improved customer service. The optimization of social media also increased audience engagement and expanded marketing reach. In addition, the use of digital menus reduced operational costs and offered customers a new experience. Therefore, this program is proven effective in supporting digital transformation and sustainable business development at Warung Jik Kerti.

Keywords: *operational digitalization, social media, SMEs, digital content, QR Code.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Supriadi et al., 2023). Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha agar mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Angraini et al., 2024). Sosial media marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana komunikasi interaktif dua arah antara perusahaan dan konsumen, dengan tujuan membangun hubungan, menyebarkan informasi produk atau jasa, serta mendorong keterlibatan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara efektif di era digital (Darmawan, 2024). Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekumpulan aplikasi berbasis internet yang memanfaatkan ideologi serta teknologi Web 2.0, sehingga memungkinkan para penggunanya untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi di dalamnya. Sosial media memungkinkan berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah (Akrimi dan Khemakem, 2012). Arus konsumsi masyarakat yang semakin cepat mendorong kebutuhan akan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ini terlihat dari meningkatnya penggunaan teknologi informasi oleh konsumen dalam mencari dan memperoleh informasi, khususnya melalui internet (Diana et al., 2023). Internet berkembang dengan pesat dan menjadi sumber informasi yang mudah diakses, sehingga memengaruhi perubahan perilaku konsumen dalam memenuhi gaya hidup mereka. Perkembangan zaman juga menyebabkan pergeseran pola belanja masyarakat dari metode *konvensional* ke transaksi melalui situs penjualan *online*, yang dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup tersebut (Diana et al., 2023). Namun demikian, masih banyak pelaku usaha tradisional yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Salah satu UMKM yang belum memanfaatkan teknologi adalah Warung Jik Kerti. PKM ini diawali dengan mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi perusahaan dengan tahap awal yang mencakup *observasi* dan wawancara sebagai dasar dalam penyusunan program kerja dan penentuan target capaian. Hasil

identifikasi PKM menunjukkan bahwa penggunaan media digital masih rendah dan belum dimanfaatkan secara maksimal, seperti dalam sistem pencatatan operasional. Proses pencatatan masih dilakukan secara manual dan kurang efisien. Selain itu, keterbatasan dalam pemanfaatan media digital juga terlihat dari belum adanya penggunaan menu digital sebagai sarana penyajian daftar menu kepada pelanggan. Seiring dengan perkembangan dunia bisnis, tantangan dan tingkat persaingan dalam merebut pangsa pasar juga semakin tinggi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien agar dapat mencapai keunggulan kompetitif (Arta & Mandala, 2021; Pradana & Safitri, 2023).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan menu digital berbasis *QR Code*. Penggunaan e-commerce menjadi krusial karena tidak hanya memangkas biaya operasional, tetapi juga mempercepat transaksi dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan (Nugraha, 2023; Yunita et al., 2023). Peningkatan teknologi dan akses internet telah memodifikasi lanskap bisnis secara drastis, menjadikannya tulang punggung operasi banyak bisnis dengan menghilangkan hambatan geografis dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi pelanggan (Asyifah et al., 2023). Ini termasuk mempermudah pencarian dan pembelian produk, proses pembayaran, pengiriman, dan penanganan retur barang, yang semuanya berkontribusi pada efisiensi waktu dan biaya bagi bisnis (Prasetyo, 2023). Peran optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi di era digital saat ini sangat penting karena dinilai efektif dalam menyampaikan pesan pemasaran melalui kreativitas dan komunikasi yang baik (Fatin & Astuti, 2025). Kehadiran berbagai *platform* media sosial telah menciptakan dimensi baru dalam pemasaran yang mampu menarik minat *audiens* secara *online*. Pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari strategi pengembangan perusahaan menjadi salah satu cara untuk mempromosikan produk baru, membangun *preferensi* konsumen, serta meningkatkan jumlah pelanggan melalui transformasi digital (Wulandari & Respati, 2024).

Dalam upaya peningkatan dan pengembangan usaha, tujuan PKM ini sangat penting untuk membantu mempromosikan produk Warung Jik Kerti dengan menggunakan media sosial sebagai sarana marketing komunikasi. Hal ini

dibutuhkan di era informasi dan komunikasi saat ini. Contohnya, *platform* media sosial digunakan untuk berinteraksi dengan konsumen potensial, memberikan informasi tentang produk, dan mengarahkan konsumen menuju proses pembelian. Warung Jik Kerti memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran dan branding perusahaan guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional. Hal ini mencakup penerapan digital marketing yang melibatkan berbagai praktik dan teknik dalam pemasaran berbasis internet, seperti pemasaran media sosial, *content marketing*, *branding*, *desain web*, dan lain sebagainya. Strategi ini memungkinkan Warung Jik Kerti untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun loyalitas pelanggan melalui interaksi digital yang berkelanjutan (Ramadhan & Maulana, 2026). Pemasaran digital, khususnya melalui media sosial, menawarkan efisiensi biaya promosi, jangkauan *audiens* yang luas, dan kemampuan untuk membangun citra merek secara signifikan (Rimadias et al., 2023).

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan di Warung Jik Kerti yang berlokasi di Jalan Raya Sakah No.67, Br. Cangi, Batuan Kaler, Kec.Sukawati Gianyar, Bali, 80852. Metode pelaksanaan program menggunakan pendekatan terpadu yang mencakup edukasi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi dan monitoring secara berkala. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Warung Jik Kerti berlangsung selama 32 hari dengan melibatkan staf perusahaan secara aktif, yang dilakukan secara bertahap dan sistematis. Membantu perusahaan dalam menerapkan pencatatan digital yang sederhana dan efisien dengan memanfaatkan *Microsoft Excel*, khususnya dalam pencatatan stok barang produksi melalui pelatihan dasar seperti pembuatan tabel, pencatatan stok harian, serta pengelolaan data secara terstruktur. Selain itu, program ini juga mencakup pendampingan langsung agar perusahaan dapat menerapkan sistem tersebut secara konsisten, termasuk penyediaan contoh format pencatatan sederhana.

Program kerja berikutnya adalah untuk memberikan arahan dan pendampingan kepada perusahaan dalam pembuatan menu digital berbasis *QR Code* sebagai sarana penyajian daftar menu yang lebih modern dan praktis kepada pelanggan. Melalui program ini, perusahaan akan dibimbing dalam penyusunan

menu yang menarik dalam format digital, kemudian mengonversinya menjadi *QR Code* yang dapat diakses dengan mudah melalui perangkat pelanggan. Dengan adanya menu digital berbasis *QR Code*, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan, memberikan pengalaman yang lebih nyaman bagi pelanggan, serta mengikuti perkembangan teknologi dalam dunia bisnis. Program pelatihan pun dalam prosesnya melibatkan sesi brainstorming rutin bersama tim untuk menciptakan ide-ide konten baru, mengajak *audiens* berpartisipasi dalam menentukan jenis konten yang mereka sukai, serta menjalin kolaborasi dengan kreator lain guna menghadirkan konten yang lebih beragam dan menarik. Melalui langkah-langkah tersebut, diharapkan jumlah audiens dapat meningkat dan memberikan manfaat bagi perusahaan.

Evaluasi dan monitoring dilakukan secara berkelanjutan untuk menilai efektivitas program, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta memberikan solusi yang tepat. Dengan metode pelaksanaan yang sistematis dan terencana, program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola operasional dan pemasaran secara digital, sehingga dapat mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan. Adapun *timeline* kegiatan PKM dapat dilihat pada tabel 1. dibawah ini:

Tabel 1. Timeline Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pada Warung Jik Kerti

Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
A.Tahap Persiapan	
1. Koordinasi awal dengan Warung Jik Kerti.	23 Februari 2026
2. Observasi lingkungan kerja, struktur organisasi,dan wawancara kebutuhan perusahaan.	24 Februari 2026
3. Penyusunan program kerja berdasarkan kebutuhan perusahaan.	25 Februari 2026
B. Tahap Pelaksanaan	
a. Minggu 1 (26 Februari- 4 Maret 2026)	
1. Identifikasi kebutuhan pencatatan (jenis data,format dan tujuan)	26 Februari 2026
2. Menyusun template awal dan kordinasi dengan karyawan	27-28 Februari 2026
3. Sosialisasi penggunaan excel kepada karyawan	2 Maret 2026
4. Pelatihan singkat cara imput data pada excel	3 Maret 2026
5. Mulai pencatatan data secara rutin	4 Maret 2026
b. Minggu 2 (5-11 Maret 2026)	
1. Mengevaluasi awal media social	5-6 Maret 2026
2. Memeriksa informasi pada profil media sosial	7 Maret 2026
3. Analisis tren sosial media	10-11 Maret 2026
c. Minggu 3 (12-17 Maret 2026)	
1. Melakukan pengembangan strategi awal media sosial	12-13 Maret 2026
2. Memberikan arahan pengoptimalan visualisasi konten yang relevan	14-16 Maret 2026

3. Monitoring efektivitas pembuatan konten	17 Maret 2026
d. Minggu 4 (20-26 Maret 2026)	
1. Perencanaan dan pengumpulan data menu	20 Maret 2026
2. Penyusunan konten dan struktur menu	21 Maret 2026
3. Pembuatan desain menu menggunakan aplikasi canva	22 Maret 2026
4. Pembuatan <i>QR Code</i> dan finalisasi (mencetak dan meletakkan <i>QR code</i> pada setiap table)	23-24 Maret 2026
5. Sosialisasi kepada karyawan dan pelanggan serta uji coba penggunaan <i>QR code</i> .	25-26 Maret 2026
e. Minggu 5 dan 6 (27 Maret – 7 April 2026)	
1. Monitoring hasil implementasi program kerja yang telah dibuat	27-29 Maret 2026
2. Mengevaluasi pencatatan dan arsip dokumen	30-31 Maret 2026
3. Mengevaluasi perubahan terhadap efektifitas dan efisiensi dari visualisasi konten yang telah dibuat	1-3 April 2026
4. Melakukan sosialisasi mengenai hasil dan strategi digitalisasi operasional yang telah terlaksana sesuai rencana	5 April 2026
C. Tahap Evaluasi	
1. Evaluasi akhir program kerja	7 April 2026
2. Penyusunan laporan akhir	8-9 April 2026

HASIL

Hasil dari pelaksanaan tim PKM bersama dengan seluruh staf Warung JIK Kerti adalah sebagai berikut: Tahap pertama adalah tim PKM melakukan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan menu digital berbasis *QR Code* kepada karyawan yang mulai menerapkan sistem pencatatan digital. Melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan *Microsoft Excel*, karyawan perusahaan diberikan pemahaman mengenai cara melakukan pencatatan yang lebih rapi, terstruktur, dan sistematis sesuai dengan kebutuhan operasional. Program difokuskan pada optimalisasi pencatatan digital menggunakan *Microsoft Excel* untuk pencatatan stok produk. Berikut hasil dari optimalisasi sistem digital dan media sosial pada Warung Jik Kerti.

Gambar 1. Pencatatan stok pada Warung Jik Kerti

Tim PKM kemudian melanjutkan dengan pembuatan menu digital berbasis QR Code serta perancangan konten promosi digital seperti *reels*, *poster*, dan *feeds* yang disesuaikan dengan identitas perusahaan untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas. Dibawah ini merupakan dokumentasi pelaksanaan pendampingan kepada karyawan sebagai berikut:



Gambar 2. Tim pengabdian memberikan pelatihan dan pembuatan menu digital berbasis QR code menggunakan Canva sebagai penyajian daftar menu kepada pelanggan.

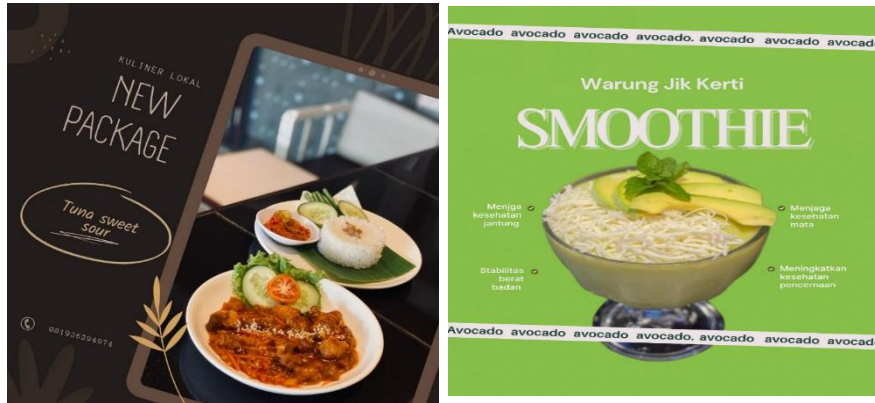
Penerapan strategi ini terbukti mampu mempermudah proses pencatatan, meningkatkan kerapian arsip dokumen, serta menghemat waktu dalam pengerjaan sehingga operasional perusahaan menjadi lebih efisien. Dibawah ini merupakan dokumentasi pelaksanaan pendampingan kepada karyawan sebagai berikut:



Gambar 3. Tim PKM memberikan arahan dan bimbingan kepada karyawan tentang cara pencatatan digital untuk mempermudah dan meningkatkan efisiensi waktu pekerjaan.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan konten digital dengan tujuan meningkatkan daya tarik media sosial perusahaan. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan jumlah penayangan (*views*) dan jangkauan audiens sebagai indikator keberhasilan. Tim PKM memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan mengenai cara membuat visualisasi konten yang menarik, komunikatif, dan mudah dipahami oleh *audiens* tanpa

terkesan membosankan. Kegiatan ini meliputi penyusunan konsep konten, pemilihan elemen visual, serta teknik penyajian informasi yang efektif. Tim PKM berperan aktif dalam membantu penyusunan konsep, produksi konten, serta memberikan arahan terkait teknik penyajian konten yang komunikatif dan menarik. Berikut dibawah ini merupakan hasil dari Optimalisasi Sistem Digital dan Media Sosial Pada Warung Jik Kerti:



Gambar 4. Desain Visualisasi Konten Instagram Pada Warung Jik Kerti

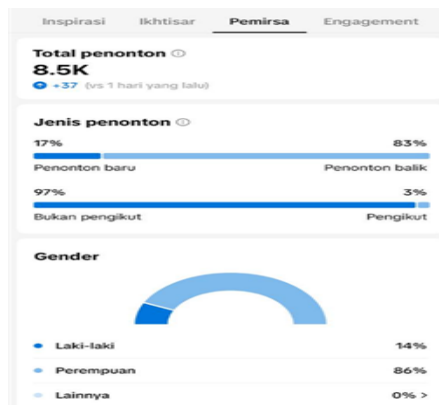
Dengan adanya pelatihan ini, konten yang dihasilkan menjadi lebih menarik dan memiliki nilai estetika yang lebih baik. Selain itu, kegiatan ini juga menanamkan nilai-nilai kerja seperti kejujuran, tanggung jawab, serta pentingnya komunikasi dan kerja sama dalam tim. Dibawah ini merupakan dokumentasi pelaksanaan PKM yang dilakukan terkait pembuatan visualisasi konten sebagai berikut:



Gambar 5. Tim PKM memberikan pelatihan dan pendampingan cara pembuatan visualisasi konten agar lebih terstruktur dan menarik sehingga mudah dipahami oleh audiens.

Hal ini berdampak pada peningkatan citra perusahaan serta mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sehingga

potensi peningkatan interaksi dan minat beli juga semakin besar. Adapun gambar hasil dari menggunakan social media pada Warung Jik Kerti sebagai berikut:



Gambar 6. Realisasi ketercapaian hasil penggunaan media sosial

Sebagai tahap akhir, dilakukan evaluasi secara berkala bersama owner dan karyawan Warung Jik Kerti untuk menilai keberhasilan program dan mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama pelaksanaan. Untuk memastikan program berjalan efektif, dilakukan pendampingan dan monitoring secara langsung, di mana tim PKM turut mengawasi implementasi hasil pelatihan serta memberikan masukan melalui diskusi dan evaluasi bersama. Partisipasi mitra tergolong sangat tinggi, ditunjukkan melalui antusiasme karyawan dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan. Selain itu, dukungan penuh dari pihak owner juga terlihat dari keterbukaan dalam memberikan informasi, komitmen dalam menjalankan program, serta keterlibatan aktif dalam proses evaluasi. Kolaborasi yang baik antara tim pengabdian dan mitra menjadi faktor utama dalam keberhasilan implementasi program kerja yang telah dirancang.



Gambar 7. Tim pengabdian melakukan monitoring secara berkala kepada karyawan

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di Warung Jik Kerti selama 32 hari, dapat disimpulkan bahwa hasil program menunjukkan seluruh kegiatan yang direncanakan telah terlaksana dengan capaian 100%, meliputi optimalisasi pencatatan digital menggunakan *Microsoft Excel*, peningkatan kualitas visualisasi konten media sosial, pembuatan menu digital berbasis *QR Code*, serta pelaksanaan evaluasi dan monitoring secara berkala. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan efisiensi operasional perusahaan, kemudahan dalam pencatatan dan pengarsipan data, serta peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen. Selain itu, optimalisasi penggunaan media sosial secara konsisten juga mampu meningkatkan keterlibatan *audiens* dan interaksi, sehingga mendukung pengembangan usaha Warung Jik Kerti secara lebih efektif dan berkelanjutan. Pengoptimalisasian sistem digital operasional dan media sosial pada Warung Jik Kerti telah berhasil ditingkatkan melalui pelatihan, pendampingan, dan pemberian edukasi. Berikut dibawah ini merupakan hasil realisasi keberhasilan pelaksanaan yang dilakukan oleh tim PKM:



Gambar 8. Realisasi program PKM di Warung Jik Kerti

Dengan demikian, penerapan menu digital tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga mendukung citra perusahaan sebagai usaha yang adaptif terhadap perkembangan digitalisasi. Program yang dijalankan berhasil meningkatkan digitalisasi operasional dan pemasaran perusahaan secara

signifikan. Transformasi pencatatan stok dari sistem manual ke digital menggunakan *Microsoft Excel* terbukti meningkatkan efisiensi waktu, kerapian data, serta kemudahan dalam pengarsipan dokumen. Selain itu, pelatihan dan pendampingan visualisasi konten media sosial mampu meningkatkan kemampuan karyawan dalam menyusun konten promosi yang lebih terstruktur, menarik, dan konsisten, sehingga berdampak pada peningkatan keterlibatan *audiens*. Implementasi menu digital berbasis *QR Code* juga memberikan inovasi dalam pelayanan dengan mempermudah akses menu bagi pelanggan, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan efisiensi layanan. Secara keseluruhan, seluruh program kerja telah terlaksana sesuai tujuan dengan dukungan dan partisipasi aktif dari pemilik dan karyawan, sehingga memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha Warung Jik Kerti secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Warung Jik Kerti, khususnya kepada pemilik dan seluruh karyawan atas partisipasi, kerja sama, dan antusiasme yang tinggi selama program berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Mahasaraswati Denpasar serta pihak-pihak yang telah memberikan arahan, dukungan, dan bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akrimi, A., & Khemakhem, H. (2012). "The Impact of Social Media on The Marketing Strategy of Companies." *International Journal of Business and Management*, 7(1), 1-10.
- Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A. N. W., Sadria, A., & Rosmiati, R. (2024). Transformasi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Eklektik Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(2), 132. <https://doi.org/10.24014/Ekl.V7i2.33958>
- Arta, I. N. W., & Mandala, K. (2021). Perumusan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada Koperasi Kuta Mimba Di Kuta Badung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(6),

585. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2021.V10.I06.P04>
Asyifah, A., Syafi'i, A., Hanipah, H., & Ispiyani, S. (2023). Pengembangan Aplikasi E-Commerce Untuk Peningkatan Penjualan Online. *Action Research Literate*, 7(1), 70. <https://doi.org/10.46799/ArL.V7i1.188>
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 7(1), 778-790. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1412>.
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima. *Maneggio Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.30596/Maneggio.V6i1.14534>
- Fatin, A. F., & Astuti, A. M. K. (2025). Peranan media sosial dalam pengembangan komunikasi bisnis terhadap efektivitas pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi Review*, 5(2), 9. <https://doi.org/10.53697/Emba.V5i2.3605>
- Kaplan Dan Haenlin (2010). User of the Word Unite. The Challenges And Opportunities of Social Media. *Business Horizon*
- Nugraha, A. A. (2023). Efektivitas Penggunaan E-Commerce Dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah Di Kota Surakarta. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 6(4), 1436. <https://doi.org/10.31004/Jutin.V6i4.21050>
- Pradana, B. I., & Safitri, R. (2023). Business Orientation And Innovation Capability in Improving Operational Performance. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5). <https://doi.org/10.26668/Businessreview/2023.V8i5.1136>
- Prasetya, A. D., Utama, A. H., & Mastur. (2024). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Penyajian Konten Pembelajaran Digital: Study Literature Review. *JRIP: Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, 4(2), 1004-1017.
- Prasetyo, R. B. (2023). Pengaruh E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Deleted Journal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.59561/Jmeb.V1i01.92>
- Ramadhan, R., & Maulana, H. N. (2026). Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Kuliner: Tinjauan Literatur Pemanfaatan Media Sosial di Indonesia. *Journal Of Organizational Performance And Analysis*, 2(1), 205. <https://doi.org/10.64845/Optimanus.V2i1.229>
- Rimadias, S., Andrew, A., Tansuri, V., Febrianto, N., Christian, A. K., & Timothy, K. W. (2023). Peningkatan Usaha UMKM Kantin Yen Yen Melalui Digital Marketing Dan Pencatatan Keuangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(2), 134. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V2i2.223>
- Supriadi, I., Maghfiroh, R. U., & Abadi, R. (2023). Transforming Msmes Through

Innovation And Technology: Driving Growth And Sustainability In The Digital Age. In *Advances In Economics, Business And Management Research/Advances In Economics, Business And Management Research* (P. 241). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-302-3_28

Wulandari, N. P. A. A., & Respati, N. N. R. (2024). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 13(6), 913.

<https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2024.V13.I06.P01>

Yunita, D., Nailis, W., Maulana, A., & Fitrianto, M. E. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Platform Penjualan Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(2), 109. <https://doi.org/10.35912/Jnm.V2i2.1583>