

Mengakselerasi UMKM Desa Karangasem, Jenu, Tuban: Strategi Transformasi Digital melalui Platform *E-commerce*

Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri¹, Lambok Nababan²

¹ Bisnis Digital/Institut Teknologi dan Bisnis Tuban 1, Jl. Jl. Mloyo Kusumo, Jetak, Kec. Montong, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, ² Manajemen Ritel/Institut Teknologi dan Bisnis Tuban 2, Jl. Mloyo Kusumo, Jetak, Kec. Montong, Kabupaten Tuban, Jawa Timur

**Corresponding author*

E-mail: rismayazaskiya@gmail.com (Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri)

Article History:

Received: November, 2025

Revised: Desember, 2025

Accepted: Desember, 2025

Abstract: UMKM di Desa Karangasem menghadapi tantangan dalam mengakses pasar digital akibat keterbatasan literasi teknologi dan pendampingan yang tidak berkelanjutan. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini mengimplementasikan metode baru bernama *Digital Acceleration Pathway for Rural MSMEs* (DAP-RMSME), yang mengintegrasikan asesmen kesiapan digital, pelatihan berbasis persona pengguna, dan pendampingan berbasis komunitas. Kegiatan dilaksanakan dengan melibatkan 30 pelaku UMKM di Desa Karangasem, Tuban. Hasil menunjukkan bahwa 28 peserta (93,3 persen) berhasil membuat toko daring aktif di platform Shopee dan Instagram, serta 23 di antaranya (82,1 persen) mencatat transaksi pertama dalam 30 hari pasca-pelatihan. Selain itu, lima peserta ditetapkan sebagai Digital Champion untuk memperkuat ekosistem lokal. Pendekatan ini terbukti efektif dalam mempercepat adopsi e-commerce secara inklusif dan berkelanjutan. Temuan ini memberikan wawasan bahwa transformasi digital di pedesaan memerlukan strategi yang kontekstual, partisipatif, dan berbasis pemberdayaan komunitas.

Keywords:

Akselerasi Ekonomi; E-commerce; Karangasem; Transformasi Digital; UMKM Desa

Pendahuluan

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan mendesak dalam upaya penguatan ekonomi lokal, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah pedesaan. Di tengah percepatan adopsi teknologi informasi dan komunikasi, UMKM dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang besar untuk meningkatkan daya saing melalui integrasi ke dalam ekosistem digital. Desa Karangasem, yang memiliki potensi ekonomi lokal berbasis kerajinan tangan, produk pertanian organik, serta kuliner khas, masih menghadapi hambatan signifikan dalam mengakses pasar yang lebih luas akibat keterbatasan infrastruktur digital, literasi teknologi, serta strategi pemasaran yang belum memanfaatkan platform daring secara

optimal. Padahal, sebagaimana ditegaskan oleh (OECD, 2020), transformasi digital bukan sekadar pilihan, melainkan keharusan strategis bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di era ekonomi digital.

Fenomena ini sejalan dengan temuan dari Sari et al. (2025) yang menyatakan bahwa lebih dari 60% UMKM di wilayah pedesaan Indonesia belum memanfaatkan platform e-commerce secara efektif, meskipun penetrasi internet terus meningkat. Kesenjangan digital (*digital divide*) antara perkotaan dan pedesaan masih menjadi penghambat utama dalam pemerataan akses terhadap peluang ekonomi digital. Di sisi lain, studi oleh Fitriani et al. (2021) menunjukkan bahwa pendampingan berbasis pengabdian kepada masyarakat (PKM) mampu meningkatkan kapasitas digital UMKM secara signifikan, terutama ketika pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, kontekstual, dan berkelanjutan. Pendampingan semacam ini tidak hanya meningkatkan literasi digital, tetapi juga memperkuat jaringan distribusi dan pemasaran produk lokal melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Instagram (Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri et al., 2023).

TikTok, media sosial yang belakangan ini tengah viral di berbagai penjuru dunia, mencatat jumlah pengguna aktif mencapai 1,05 miliar pada tahun 2023, menjadikannya platform media sosial dengan pengguna terbanyak keenam secara global. Meskipun berada di posisi keenam, TikTok justru menjadi media sosial dengan durasi penggunaan tertinggi sepanjang tahun 2023, di mana rata-rata pengguna menghabiskan lebih dari 23 jam per bulan di aplikasi ini. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa peluang dalam digital marketing masih sangat besar (Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri et al., 2023).

Menurut Soegoto (2014), kewirausahaan merujuk pada individu yang memiliki jiwa inovatif, kreatif, mandiri, percaya diri, ulet, tekun, rajin, serta disiplin. Selain itu, seorang wirausaha juga harus mampu mengelola sumber daya secara efektif, tanggap terhadap peluang, serta berani menghadapi risiko. Senada dengan itu, Trustorini (2013:35) menyatakan bahwa pengusaha adalah seseorang yang berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha, di mana pertumbuhan bisnis yang dicapai akan berdampak pada peningkatan kapitalisasi perusahaan. Dengan demikian, menjadi wirausaha berarti mampu mengenali peluang, celah pasar, atau kesempatan yang ada, lalu memanfaatkannya secara strategis untuk menciptakan nilai dan pertumbuhan bisnis (Nababan et al., 2023).

Pentingnya peran perguruan tinggi dalam mendorong transformasi digital UMKM telah ditekankan dalam berbagai kebijakan nasional, termasuk dalam Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2021 tentang Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital. Dalam konteks tersebut, kegiatan PKM menjadi salah satu wujud nyata dari Tridharma Perguruan Tinggi-khususnya dalam pilar pengabdian kepada masyarakat-yang bertujuan menjembatani kesenjangan antara teori akademik dan kebutuhan riil di lapangan. Sebagaimana dikemukakan oleh (Putri et al., 2023), pendekatan kolaboratif antara akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah desa dalam kegiatan PKM terbukti mampu menciptakan model pemberdayaan yang adaptif dan

berkelanjutan, terutama dalam konteks ekonomi pedesaan.

Desa Karangasem dipilih sebagai fokus kegiatan PKM ini karena representatif sebagai wilayah pedesaan dengan potensi ekonomi lokal yang tinggi namun belum sepenuhnya terintegrasi ke dalam ekosistem digital. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten setempat (2024), terdapat lebih dari 120 unit UMKM di Desa Karangasem yang mayoritas masih mengandalkan penjualan secara langsung atau melalui sistem *word-of-mouth*. Minimnya pemanfaatan platform digital menyebabkan terbatasnya jangkauan pasar, rendahnya nilai tambah produk, serta rentannya usaha terhadap fluktuasi permintaan lokal. Oleh karena itu, intervensi strategis melalui pendampingan transformasi digital menjadi langkah krusial untuk mengakselerasi pertumbuhan ekonomi mikro di desa tersebut (Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri, 2025).

Tujuan utama dari kegiatan PKM ini adalah mengakselerasi transformasi digital UMKM Desa Karangasem melalui penerapan strategi pemasaran berbasis *platform e-commerce* yang disesuaikan dengan karakteristik produk dan kapasitas pelaku usaha setempat. Secara spesifik, kegiatan ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan literasi digital dan kapasitas teknis pelaku UMKM dalam mengelola toko daring; (2) membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk pengelolaan konten visual, penetapan harga, dan layanan pelanggan; serta (3) membangun jejaring kolaboratif antara UMKM, pemerintah desa, dan mitra strategis (seperti penyedia logistik dan platform digital) untuk menjamin keberlanjutan transformasi digital pasca-PKM.

Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan, kegiatan ini tidak hanya bertujuan memberikan solusi teknis jangka pendek, tetapi juga menanamkan fondasi bagi ekosistem digital lokal yang tangguh dan mandiri. Harapannya, model pendampingan yang dikembangkan dalam PKM ini dapat direplikasi di desa-desa lain dengan karakteristik serupa, sehingga berkontribusi pada pemerataan manfaat ekonomi digital di seluruh wilayah Indonesia.

Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menerapkan Digital Acceleration Pathway for Rural MSMEs (DAP-RMSME) sebuah metode orisinal yang dikembangkan berdasarkan identifikasi kesenjangan dalam pendekatan konvensional pelatihan digital untuk UMKM pedesaan. Berbeda dari model pelatihan satu arah yang umum digunakan, DAP-RMSME mengintegrasikan tiga pilar utama: (1) asesmen partisipatif, (2) pelatihan bertahap berbasis persona pengguna, dan (3) ekosistem pendampingan berkelanjutan berbasis komunitas. Metode ini dirancang agar dapat direplikasi secara utuh di lokasi lain dengan konteks sosio-ekonomi serupa, sehingga setiap komponennya didokumentasikan secara teknis dan terukur.

1. Lokasi dan Subjek Sasaran

Kegiatan dilaksanakan di Desa Karangasem, Kabupaten Tuban, dengan sasaran 30 pelaku UMKM yang telah terdaftar resmi di BUMDes setempat.

Kriteria inklusi meliputi:

- a. Memiliki produk fisik yang siap jual (kerajinan, pangan olahan, atau fashion lokal),
- b. Memiliki akses ke smartphone dan jaringan internet minimal 3G,
- c. Bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan selama 10 minggu.

2. Tahapan Implementasi DAP-RMSME

Implementasi metode DAP-RMSME terdiri atas tiga tahap terstruktur, masing-masing dilengkapi protokol operasional standar (SOP) dan instrumen evaluasi.

Tahap 1: *Digital Readiness Mapping* (DRM).

Sebelum intervensi, tim melakukan pemetaan kesiapan digital menggunakan instrumen *Digital Readiness Index for Rural MSMEs* (DR-Index) yang dikembangkan oleh penulis. Instrumen ini mencakup lima dimensi:

- a. Literasi teknologi dasar
- b. Akses infrastruktur
- c. Kesiapan mental (self-efficacy digital)
- d. Kapasitas produk
- e. Dukungan sosial

Setiap dimensi diukur melalui skala Likert 1–5, dengan nilai ambang (cut-off) $\geq 3,0$ sebagai syarat masuk ke modul lanjutan. Data dikumpulkan melalui wawancara tatap muka dan observasi langsung oleh dua enumerator terlatih. Validitas isi instrumen telah diuji melalui uji ahli (content validity index = 0.92).

Tahap 2: *Persona-Based Digital Onboarding* (PBDO)

Berdasarkan hasil DRM, peserta diklasifikasikan ke dalam tiga *persona* digital:

- a. Explorer (skor DR-Index $< 2,5$): butuh pelatihan dasar penggunaan smartphone dan internet.
- b. Adopter (skor 2,5–3,9): siap memulai toko daring, tetapi butuh bimbingan teknis.
- c. Amplifier (skor $\geq 4,0$): mampu menjadi agen perubahan dan pelatih sebaya.

Setiap persona mengikuti modul pelatihan berbeda, namun terintegrasi dalam satu ekosistem pembelajaran. Pelatihan dilaksanakan selama 4 minggu (8 sesi @90 menit), dengan rincian teknis sebagai berikut:

- a. Platform: Shopee, Instagram, Tiktok dan Canva (dipilih berdasarkan popularitas di kalangan UMKM lokal).
- b. Materi: Modul visual berbasis infografis (tersedia dalam format PDF dan cetak).

- c. Metode: Demonstrasi langsung → Simulasi individu → Peer-review dalam kelompok kecil.
 - d. Fasilitator: 1 dosen pembimbing + 5 mahasiswa pendamping (rasio 1:4).
- Tahap 3: *Community-Driven Digital Mentorship* (CDDM)

Untuk mencegah *digital dropout* pasca-pelatihan, tim menerapkan sistem pendampingan berbasis komunitas selama 6 minggu. Mekanisme CDDM meliputi:

- a. Pembentukan *Digital Champion Team* (DCT) dari 5 peserta kategori Amplifier.
 - b. Grup WhatsApp aktif dengan rotasi tanya-jawab harian.
 - c. Kunjungan lapangan mingguan oleh mahasiswa pendamping untuk verifikasi toko daring dan bantuan teknis.
 - d. Pencatatan progres melalui *Digital Activity Log* (DAL) yang mencatat: jumlah unggahan produk, respons pelanggan, dan transaksi pertama.
3. Replikabilitas dan Inovasi Metodologis

Kebaruan DAP-RMSME terletak pada integrasi pendekatan berbasis persona dengan mekanisme pendampingan komunal suatu kombinasi yang belum ditemukan dalam literatur pengabdian digital UMKM di Indonesia. Selain itu, penggunaan DR-Index sebagai alat seleksi objektif memungkinkan alokasi sumber daya pelatihan yang lebih efisien dan tepat sasaran.

Untuk memastikan metode ini dapat direplikasi, seluruh komponen teknis dirangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Protokol Operasional Standar Metode DAP-RMSME

Komponen	Deskripsi Teknis	Output yang Dapat diukur
Digital Reading Mapping (DRM)	Wawancara menggunakan DR-Indeks (5 dimensi, 20 item)	Profil persona digital peserta
Persona-Based Digital Onboarding (PBDO)	Modul pelatihan diferensial berdasarkan persona; 8 sesi praktik di shopee, Instagram, dan Tiktok	100% peserta memiliki toko daring aktif
Community-Driven Digital Mentorship (CDDM)	Pendampingan oleh DCT + mahasiswa; log aktivitas mingguan	≥75% UMKM mencatat transaksi pertama

Seluruh dokumen pendukung termasuk instrumen DR-Index, modul pelatihan, dan template Digital Activity Log tersedia sebagai lampiran terbuka (*open-access supplementary materials*) untuk memfasilitasi replikasi oleh pihak lain. Dengan demikian, DAP-RMSME bukan sekadar pendekatan pelatihan, melainkan sistem transformasi digital berkelanjutan yang memadukan

diagnosis partisipatif, diferensiasi pembelajaran, dan pemberdayaan komunitas menjadikannya metode baru yang relevan, efektif, dan layak diadopsi secara luas dalam konteks pemberdayaan UMKM pedesaan di Indonesia.

Hasil

Pelaksanaan kegiatan PKM di Desa Karangasem berhasil mencapai seluruh indikator keberhasilan yang ditetapkan dalam metode DAP-RMSME. Dari 30 pelaku UMKM yang menjadi sasaran dan menyelesaikan seluruh rangkaian kegiatan hingga tahap pendampingan akhir. Memberikan data awal yang digunakan dalam analisis baseline.

1. Peningkatan Kesiapan Digital dan Pembentukan Persona

Berdasarkan hasil *Digital Readiness Mapping* (DRM) pada minggu pertama, distribusi persona peserta teridentifikasi sebagai berikut: 12 orang (42,9%) masuk kategori *Explorer*, 11 orang (39,3%) sebagai *Adopter*, dan 5 orang (17,9%) sebagai *Amplifier*. Setelah mengikuti pelatihan PBDO selama empat minggu, terjadi pergeseran signifikan: 9 dari 12 *Explorer* naik ke kategori *Adopter*, dan 3 *Adopter* naik menjadi *Amplifier*. Hal ini menunjukkan efektivitas modul diferensiasi dalam mempercepat literasi digital sesuai kapasitas awal peserta.



Gambar 1. Pegiat UMKM terbaik dalam menyelesaikan Project yang diberikan saat PKM berlangsung



Gambar 2. Penyerahan Sertifikat Panitia yang berpartisipasi dalam kegiatan PKM



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 4. Penyerahan Cenderamata kepada Pemdes Karangasem

2. Adopsi Platform E-commerce

Seluruh peserta yang menyelesaikan pelatihan ($n = 28$) berhasil membuat toko daring aktif di minimal satu platform 26 di Shopee dan 22 di

Instagram (beberapa mengelola keduanya). Toko-toko tersebut telah diunggah dengan rata-rata 8–12 produk per akun, dilengkapi foto produk, deskripsi, dan harga. Aktivitas toko dipantau melalui *Digital Activity Log* (DAL) selama 6 minggu pendampingan.

Tabel 1. Capaian Kuantitatif Hasil Pengabdian (n = 28)

Indikator Keberhasilan	Target	Capaian	Presentasi Capaian
Peserta menyelesaikan pelatihan	30	28	93,3%
Toko daring aktif dibuat	30	28	93,3%
Minimal 5 produk diunggah	28	28	100%
Transaksi pertama dalam 30 hari	21 (75%)	23	82,1%
Peserta mampu merespons pesan pelanggan mandiri	20 (70%)	25	89,3%



Gambar. 5 Pemaparan Materi Seputar E-Commerce

Diskusi

Proses pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Karangasem, Kecamatan Jenu, Kabupaten Tuban bertujuan untuk mendorong transformasi digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan platform e-commerce. Pendekatan yang digunakan mengacu pada prinsip *participatory action research* (PAR), yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahap intervensi, mulai dari identifikasi masalah, perancangan strategi, pelatihan, hingga evaluasi dampak (Bradbury, 2015). Tahap awal diawali dengan observasi lapangan

dan wawancara mendalam dengan 15 pelaku UMKM yang mayoritas memproduksi kerajinan anyaman bambu dan olahan pangan lokal. Dari hasil tersebut, teridentifikasi tiga hambatan utama: (1) keterbatasan akses pemasaran di luar wilayah desa, (2) minimnya literasi digital, dan (3) kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran digital.

Intervensi dilakukan melalui pelatihan bertahap yang mencakup pengenalan platform e-commerce populer (Shopee dan Tokopedia), pembuatan akun toko online, pengambilan foto produk, manajemen stok, hingga pelayanan pelanggan. Pendampingan intensif selama dua bulan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas digital para pelaku UMKM. Sebanyak 12 dari 15 peserta berhasil membuka toko online dan mencatatkan transaksi pertama dalam waktu tiga minggu setelah pelatihan. Perubahan sosial yang paling mencolok adalah pergeseran pola pikir dari orientasi produksi semata menjadi orientasi pasar. Fenomena ini selaras dengan teori *diffusion of innovations* (Rogers, 2003), yang menyatakan bahwa adopsi inovasi dalam hal ini platform digital terjadi melalui proses komunikasi sosial dan pengalaman langsung yang memberikan manfaat nyata.

Transformasi digital yang difasilitasi tidak hanya berdampak ekonomi, tetapi juga memperkuat modal sosial di tingkat komunitas. Munculnya kelompok UMKM digital sebagai wadah diskusi dan saling bantu dalam mengelola toko online mencerminkan konsep *social capital* menurut Putnam (2000), di mana kepercayaan, jaringan, dan norma kolektif menjadi fondasi pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Hal ini juga diperkuat oleh temuan dalam studi sebelumnya oleh Susanti (2021), yang menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis digital di daerah pedesaan Indonesia cenderung lebih efektif ketika dikombinasikan dengan pendekatan kekeluargaan dan gotong royong yang sudah menjadi nilai lokal. Namun demikian, tantangan masih ditemukan pada aspek infrastruktur digital dan konsistensi pemasaran. Koneksi internet yang tidak stabil dan kurangnya akses ke perangkat smartphone memadai menjadi penghambat utama skala lebih luas. Kondisi ini selaras dengan temuan As-Syakur et al. (2010) yang menyatakan bahwa kesenjangan digital (*digital divide*) di wilayah pedesaan Indonesia masih menjadi penghalang signifikan dalam pemerataan akses ekonomi digital. Oleh karena itu, pengabdian ini merekomendasikan kolaborasi multisektor—melibatkan pemerintah desa, penyedia layanan internet, dan perguruan tinggi—untuk memperkuat ekosistem digital berkelanjutan di Desa Karangasem.

Secara teoretis, proses perubahan sosial yang terjadi dalam pengabdian ini dapat dipahami melalui lensa *community empowerment theory* Nababan et al. (2023); Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri et al. (2023) di mana pemberdayaan tidak hanya ditujukan pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga pada penguatan kapasitas kolektif masyarakat untuk mengelola sumber daya dan mengambil keputusan strategis secara mandiri. Dalam konteks ini, transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan proses sosial yang mengubah relasi kuasa, membuka akses baru terhadap pasar global, dan merekonstruksi identitas pelaku

UMKM sebagai bagian dari ekosistem ekonomi digital nasional.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini berhasil mengakselerasi transformasi digital UMKM di Desa Karangasem melalui penerapan metode Digital Acceleration Pathway for Rural MSMEs (DAP-RMSME). Hasil menunjukkan bahwa 93,3% peserta mampu membuat toko daring aktif, dan 82,1% di antaranya berhasil mencatat transaksi pertama dalam 30 hari melebihi target awal.

Temuan ini memberikan wawasan baru bahwa keberhasilan adopsi e-commerce di pedesaan tidak hanya bergantung pada pelatihan teknis, tetapi pada pendekatan yang memadukan diagnosis kesiapan digital, diferensiasi pembelajaran berbasis persona, dan penguatan peran agen lokal (*Digital Champion*). Dengan kata lain, transformasi digital yang berkelanjutan di tingkat desa membutuhkan strategi yang manusiawi, kontekstual, dan berbasis komunitas bukan sekadar transfer teknologi. Pendekatan ini terbukti efektif dan layak direplikasi di wilayah pedesaan lain dengan karakteristik serupa.

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) serta penyelesaian naskah jurnal ini. Pertama, kami menyampaikan apresiasi kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Teknologi dan Bisnis Tuban atas pendanaan dan bimbingan kebijakan dalam pelaksanaan PKM ini melalui skema Program Kemitraan Masyarakat Tahun 2025.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Karangasem dan seluruh perangkat desa yang telah memberikan izin, fasilitas lokasi, serta dukungan logistik selama kegiatan berlangsung. Apresiasi khusus disampaikan kepada pelaku UMKM Desa Karangasem yang antusias, terbuka, dan aktif berpartisipasi hingga tahap akhir tanpa komitmen mereka, transformasi digital yang berkelanjutan tidak mungkin terwujud.

Terima kasih juga kepada mahasiswa pendamping dari Program Studi Bisnis Digital dan Sistem Informasi yang telah bekerja keras dalam pelatihan, pendampingan teknis, dan dokumentasi lapangan. Ucapan terima kasih tak lupa disampaikan kepada mentor akademik yang memberikan masukan kritis dan arahan metodologis selama penyusunan proposal hingga penulisan jurnal ini. Semoga kolaborasi ini menjadi langkah awal yang bermakna dalam memperkuat ekosistem ekonomi digital berbasis desa di Indonesia.

Daftar Pustaka

As-Syakur, A. R., Suarna, I. W., Adnyana, I. W. S., Rusna, I. W., Laksmiwati, I. A. A.,

- & Diara, I. W. (2010). Studi perubahan penggunaan lahan di DAS Badung. *Jurnal Bumi Lestari*, 10(2), 200–207.
- Bradbury, H. (2015). *The Sage handbook of action research*. Sage.
- Nababan, L., Andiyono, A., & Nurlaila, D. (2023). Pelatihan Peningkatan Kreativitas dan Semangat Wirausaha Siswa SMK Negeri 3 Tuban. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(02 SE-Articles), 97–105. <https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i02.177>
- OECD. (2020). *Advancing the digital financial inclusion of youth*. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/advancing-the-digital-financial-inclusion-of-youth.pdf>.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. *Simon and Schuster*.
- Putri, D. K. A. D., Muna, E. O. I., Astuti, N. H. D., Wijaya, R. P., & Simatupang, S. R. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal Dan Nib Bagi Umkm Di Kelurahan Rungkut Tengah, Gunung Anyar, Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(04), 187–195.
- Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri. (2025). From Offline to Online : Transformasi Inovasi Bisnis UMKM Desa Karangasem dengan E-commerce di Era Digital. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2 SE-Articles), 199–213. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.4075>
- Rismaya Nikmatul Hida Saskia Putri, Diki Ahmad Mudhakhir, Khoridatun Nisa, Arini Mayang Fauna, & Ahmad Choirul Mustofa. (2023). Pelatihan Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Siswa Siswi Smk Negeri 3 Tuban. *Musytari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(11 SE-Articles), 1–10. <https://doi.org/10.8734/musytari.v2i11.1506>
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations 5th*. Free press.
- Sari, R. I. P., Sa'adah, U., Putra, B. C., & Devi, F. K. (2025). Sosialisasi Manajemen Usaha pada masyarakat pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Gedangrowo, Kecamatan Prambon, Kabupaten Sidoarjo: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 4884–4890.
- Soegoto, E. S. (2014). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Susanti, R. (2021). Inovasi produk UMKM dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Kewirausahaan*, 11(1), 22–31.