

## Inovasi Pengembangan Ekonomi Desa melalui Digitalisasi Berbasis Potensi Lokal Masyarakat Desa Lompotoo

Melan Angriani Asnawi<sup>1</sup>, Citra Aditya Kusuma<sup>2</sup>, Isra Putri Arieika M. Yasin Kiu<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia  
email: melan.asnawi@ung.ac.id; citrakusuma@ung.ac.id;  
isra\_s1manajemen@mahasiswa.ung.ac.id

### Abstract

*This community service program was implemented in Lompotoo Village to address low digital literacy, limited MSME branding, and the suboptimal utilization of local resources. The activities included digital marketing training, content creation workshops, and branding education based on the village's local potential. A participatory approach was used through four stages: preparation, implementation, evaluation, and follow-up. The results show a significant increase in community digital understanding, demonstrated by a 38–39 point improvement in pre-test and post-test scores. Additionally, a local product innovation called “LOPBOBA” was successfully developed, and the village website began operating as a promotional platform for MSMEs. This program has strengthened community digital skills, enhanced village identity, and supported sustainable local economic growth.*

**Keywords:** Innovation; Digitalization; Village Economy; Local Potential; MSMEs.

### Abstrak

*Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Lompotoo untuk menjawab permasalahan rendahnya literasi digital, keterbatasan branding UMKM, serta belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal. Kegiatan dilakukan melalui pelatihan digital marketing, pembuatan konten pemasaran, dan edukasi branding UMKM berbasis potensi desa. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui empat tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman digital masyarakat yang tercermin dari peningkatan skor pre-test dan post-test sebesar 38–39 poin. Selain itu, inovasi produk lokal “LOPBOBA” berhasil dikembangkan dan website desa mulai dioperasikan sebagai media promosi UMKM. Program ini memberikan dampak nyata dalam peningkatan kapasitas digital masyarakat, penguatan identitas desa, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.*

**Kata Kunci:** Inovasi; Digitalisasi; Ekonomi Desa; Potensi Lokal; UMKM.

© 2025 Universitas Negeri Gorontalo  
Under the license CC BY-SA 4.0

---

**Correspondence author:** Melan Angriani Asnawi, melan.asnawi@ung.ac.id, Gorontalo, and Indonesia

## **PENDAHULUAN**

Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo adalah salah satu daerah yang memiliki kekayaan sumber daya lokal yang melimpah. Kekayaan ini seharusnya dapat menjadi pendorong perekonomian masyarakat, baik itu melalui peningkatan hasil produksi, penciptaan pekerjaan, maupun pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, kenyataannya, pemanfaatan potensi tersebut masih belum maksimal. Beberapa tantangan utama yang muncul antara lain keterbatasan akses pemasaran, rendahnya kemampuan literasi digital masyarakat, serta kurangnya inovasi dalam pengolahan dan pemasaran produk lokal. Situasi ini berpengaruh langsung terhadap lambannya pertumbuhan UMKM, yang seharusnya dapat menjadi pilar ekonomi desa, dan ini juga memperlambat kemajuan ekonomi lokal secara keseluruhan. UMKM menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya finansial, infrastruktur digital yang belum merata, serta akses pasar yang terbatas, sehingga diperlukan strategi adaptasi termasuk peningkatan literasi digital dan kolaborasi dengan platform digital (Sitompul et al., 2025). Dengan adanya transformasi digital di desa, berbagai aspek kehidupan masyarakat mengalami perubahan signifikan, mulai dari efisiensi administrasi hingga percepatan akses layanan publik.

Digitalisasi juga memberikan dorongan besar bagi kegiatan perekonomian desa melalui peningkatan keterampilan digital masyarakat, terutama pelaku UMKM. Kebijakan inovatif seperti Smart Kampung dari pemerintah daerah terbukti mempercepat pembangunan desa secara berkelanjutan (Mayyora et al., 2025). Meskipun begitu,

berdasarkan survei awal, mayoritas pelaku UMKM di Desa Lompotoo belum mengadopsi praktik digital. Hal ini menandakan adanya kesenjangan digital yang signifikan, seperti yang diungkapkan oleh (Tutiati, 2025) bahwa rendahnya literasi digital di kalangan masyarakat desa merupakan tantangan besar dalam penerapan teknologi informasi di tingkat dasar.

Dengan pendekatan yang menyeluruh, digitalisasi diharapkan dapat mengoptimalkan pengelolaan potensi lokal, mulai dari pengolahan hasil pertanian, pengembangan kerajinan, hingga promosi pariwisata menggunakan teknologi. Oleh karena itu, digitalisasi desa bukan sekadar alat untuk modernisasi, tetapi juga dapat menjadi strategi pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan. Sebagaimana dinyatakan oleh (Rahayu et al., 2023), pembangunan berbasis digital di tingkat lokal dapat mendorong terciptanya inovasi sosial, memperluas jaringan ekonomi, serta meningkatkan daya saing komunitas dalam menghadapi globalisasi. Melihat kondisi tersebut, diperlukan sebuah program pemberdayaan yang mampu meningkatkan kemampuan digital masyarakat, memperkuat branding produk lokal, serta mengoptimalkan potensi desa secara berkelanjutan. Oleh karena itu, tujuan program pengabdian masyarakat ini sebagai berikut:

1. Meningkatkan literasi digital masyarakat Desa Lompotoo, terutama terkait penggunaan media sosial, pembuatan konten digital, dan strategi pemasaran berbasis teknologi.
2. Memperkuat kemampuan branding UMKM, termasuk desain kemasan, penyusunan identitas produk, serta teknik promosi agar lebih kompetitif di pasar.

3. Mengembangkan inovasi produk berbasis potensi lokal, sehingga potensi desa dapat menghasilkan produk bernilai tambah dan berdaya saing.
4. Membangun model digitalisasi desa yang berkelanjutan, melalui pengembangan website desa, sistem promosi digital, serta pelatihan pengelolaan platform digital yang dapat dijalankan secara mandiri oleh masyarakat dan pemerintah desa.

Dengan perumusan tujuan yang jelas ini, program pengabdian diharapkan mampu menjadi solusi nyata dalam meningkatkan kapasitas masyarakat, memperkuat identitas ekonomi desa, serta membuka peluang pemasaran yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berlangsung di Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Gorontalo. Kegiatan ini merupakan bagian dari program KKN-Tematik Tahap II Universitas Negeri Gorontalo dengan tema “Inovasi Pengembangan Ekonomi Desa melalui Digitalisasi Berbasis Potensi Lokal Masyarakat Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo.” Tema ini dipilih karena relevan dengan tantangan yang dihadapi masyarakat desa dalam meningkatkan daya saing produk lokal di era digital saat ini. Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini bersifat partisipatif, edukatif, dan aplikatif, sehingga melibatkan masyarakat secara aktif pada setiap tahap. Selain itu, pendekatan yang mengedepankan potensi lokal dan penguatan keterampilan digital masyarakat digunakan untuk mendorong

peningkatan ekonomi desa. Program ini dilaksanakan dalam empat tahap utama, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini dimulai dengan melakukan studi lapangan, observasi, dan wawancara dengan tokoh masyarakat, pelaku UMKM, serta pemerintah desa guna mengidentifikasi permasalahan yang ada. Temuan menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital. Selain itu, desain produk dan kemasan yang sederhana membuat produk lokal sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Berdasarkan hasil identifikasi ini, tim pengabdian merancang program pelatihan yang mencakup inovasi produk dan desain kemasan, serta pelatihan mengenai digitalisasi yang mencakup pengenalan aplikasi produktif, strategi pengelolaan media sosial, pembuatan konten digital kreatif, hingga teknik promosi berbasis marketplace online. Semua materi pelatihan disusun dengan cara aplikatif dan kontekstual agar sesuai dengan keadaan masyarakat Desa Lompotoo.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dirancang secara partisipatif dan berbasis pemberdayaan masyarakat, dengan tahapan sebagai berikut:

a. Edukasi dan Penyuluhan Terpadu

Tahap awal dimulai dengan penyuluhan terpadu yang memberikan pemahaman dasar mengenai digitalisasi desa, strategi pemasaran digital, penguatan branding produk lokal, serta pentingnya inovasi

dalam meningkatkan nilai tambah komoditas. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui presentasi, diskusi kelompok, dan sesi tanya jawab untuk memastikan peserta memahami konsep dasar sebelum memasuki tahap praktik.

b. Pelatihan, Edukasi, dan Praktik Lapangan Terintegrasi

Pelatihan dilaksanakan melalui workshop dan praktik langsung yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM desa. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi:

- 1) Pelatihan pembuatan konten digital (foto dan video produk), teknik pengambilan gambar, dan penyusunan narasi pemasaran.
- 2) Pelatihan pengelolaan akun media sosial usaha sebagai media promosi berbasis digital.
- 3) Pengembangan produk lokal “LOPBOBA” melalui proses ideasi, uji rasa, desain kemasan, hingga strategi branding.
- 4) Pendampingan pembuatan website desa yang berfungsi sebagai pusat informasi dan etalase digital UMKM serta potensi desa.
- 5) Pelatihan dilakukan dengan pendekatan langsung (hands-on practice) sehingga peserta dapat menerapkan pengetahuan melalui praktik pembuatan konten, simulasi pemasaran, dan demonstrasi penggunaan platform digital.

c. Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi dilakukan untuk mengukur dampak pelatihan terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Setiap sesi pelatihan diawali dengan *pre-test* dan diakhiri dengan *post-test* untuk menilai perkembangan pengetahuan. Hasil tes menunjukkan

adanya peningkatan signifikan pada aspek digital marketing, pembuatan konten, branding, dan pemanfaatan media sosial. Selain itu, monitoring dilakukan melalui observasi langsung selama praktik lapangan untuk menilai kemampuan peserta dalam mengaplikasikan teknik yang telah diberikan. Sesi evaluasi ditutup dengan diskusi kelompok untuk menggali kesan, tantangan, dan saran perbaikan dari peserta sebagai dasar pengembangan kegiatan berikutnya.

d. Dokumentasi

Seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan dalam bentuk foto, video, dan laporan naratif sebagai bukti pelaksanaan program. Dokumentasi ini digunakan untuk publikasi pada media sosial desa, website desa, serta sebagai materi penyusunan artikel ilmiah. Hasil dokumentasi juga difungsikan sebagai sumber referensi bagi kegiatan pengabdian lanjutan agar dampak program dapat diakses lebih luas oleh masyarakat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Desa Lompotoo yang terletak di Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo, memiliki berbagai potensi sumber daya lokal. Dengan lokasi yang strategis, dekat pusat pemerintahan dan aktivitas ekonomi di Suwawa Tengah, desa ini menawarkan akses yang baik terhadap mobilitas penduduk, layanan masyarakat, dan peluang kerja sama antar sektor. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal, terutama dalam mengembangkan produk berbasis sumber daya setempat seperti pisang yang menjadi salah satu komoditas unggulan di Desa Lompotoo. Potensi

usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa ini juga belum teroptimalkan karena beberapa kendala seperti kurangnya akses ke pasar, rendahnya kemampuan digital masyarakat, serta kurangnya strategi promosi dan branding yang efektif. Melalui serangkaian pelatihan, masyarakat dan pelaku UMKM mendapatkan ilmu tentang memanfaatkan media sosial dan strategi pemasaran digital di era sekarang.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan pada Kamis 4 September 2025 bertempat di Aula Kantor Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Kegiatan ini merupakan bagian dari implementasi program KKN-Tematik Tahap II Universitas Negeri Gorontalo yang mengangkat tema "Inovasi Pengembangan Ekonomi Desa melalui Digitalisasi Berbasis Potensi Lokal Masyarakat Desa Lompotoo di Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo".

Sebagai bagian dari program, diadakan sosialisasi untuk mengenalkan masyarakat Desa Lompotoo, tentang pentingnya digitalisasi sebagai strategi dalam menghadapi persaingan saat ini. Peserta kegiatan terdiri dari masyarakat umum, terutama pelaku UMKM, perangkat pemerintahan desa, serta dihadiri langsung oleh Camat Suwawa Tengah, Bapak Noldin Binga,S.IP, mahasiswa KKN-Tematik, dan Dosen Pendamping Lapangan. Narasumber utama pada kegiatan ini adalah Pak Syamsul B. Biki,S.E., M.S.M., dosen Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Secara keseluruhan, acara berjalan dengan sukses dan diterima dengan baik serta mendapat respon positif dari seluruh peserta, baik dari masyarakat, pelaku UMKM, maupun aparat pemerintah desa.

Tema yang diangkat dianggap sesuai dengan masalah yang ada, mengingat digitalisasi merupakan fenomena perkembangan zaman yang perlu dihadapi bersama, khususnya untuk pelaku UMKM di Desa Lompotoo.

Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman peserta mengenai signifikansi digitalisasi. Peserta, khususnya pelaku UMKM, mulai menyadari pentingnya digitalisasi dalam mempromosikan produk mereka. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test yang diberikan, terjadi peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam aspek digitalisasi dan penguatan branding UMKM. Nilai rata-rata pre-test peserta menunjukkan pemahaman awal yang masih rendah—pemahaman digital marketing (42%), pembuatan konten (38%), branding UMKM (45%), serta penggunaan media sosial untuk usaha (40%). Setelah mengikuti pelatihan, nilai post-test mengalami peningkatan signifikan, masing-masing menjadi 81%, 76%, 84%, dan 79%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat kini mampu mengoptimalkan media digital sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha, yang sebelumnya hanya memanfaatkan metode pemasaran konvensional.



Gambar 1. Pemaparan Materi Pelatihan Digitalisasi Bagi Pelaku UMKM

Selain itu, dalam sesi diskusi muncul beberapa gagasan konkret, salah satunya adalah rencana pembuatan website e-commerce desa sebagai langkah promosi untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan daya saing produk UMKM Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo.

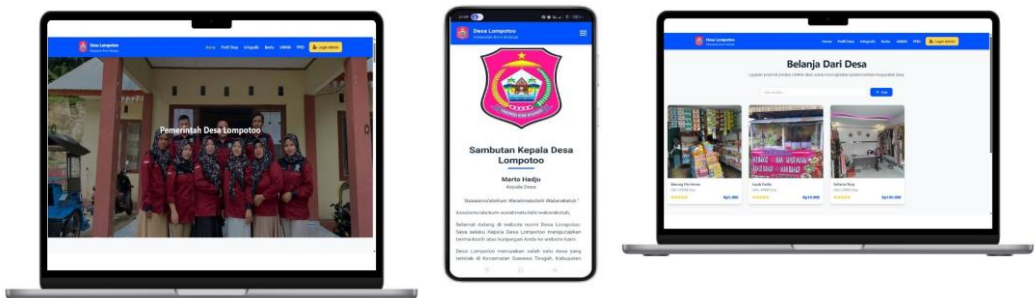
Gagasan tersebut dianggap sebagai langkah progresif karena dapat menjadi solusi berkelanjutan dalam menghadapi tantangan era digital. Melalui platform e-commerce, produk UMKM desa tidak hanya dipasarkan secara lokal, tetapi juga berpotensi menjangkau pasar regional hingga nasional. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperkuat citra produk unggulan desa, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan perekonomian masyarakat.

Inovasi produk unggulan berbasis potensi lokal menciptakan produk “Lopboba” (Lompotoo Pisang Bola-Bola) guna meningkatkan nilai jual pisang dan sebagai bentuk hilirisasi hasil Perkebunan. Tanaman pisang merupakan salah satu varietas unggulan desa, yang penggunaannya masih belum optimal. Sering kali hanya dijadikan sebagai bahan konsumsi sehari-hari atau dijual secara mentah dengan harga yang relatif murah. Inovasi produk ini, diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan nilai jual pisang, tetapi sebagai produk potensial desa yang dapat menjadi ide usaha baru dan mendorong pertumbuhan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo.



Gambar 2. Inovasi “LOPBOBA” (Lompotoo Pisang Bola-Bola)

Sebagai Langkah pemasaran, dikembangkan sebuah Platform Digital berbasis website yang digunakan untuk memperkenalkan Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo secara lebih luas. Penggunaan platform digital ini sebagai bentuk adaptasi terhadap zaman yang semakin canggih, sehingga potensi desa dapat dipromosikan tidak hanya secara lokal, tetapi juga menjangkau pasar nasional bahkan internasional.



Gambar 3. Inovasi Website Desa Lompotoo

Melalui website ini, informasi mengenai budaya, kondisi geografis, dan produk UMKM, serta kegiatan Masyarakat dapat diakses dengan mudah oleh publik. Dengan demikian, platform digital ini diharapkan mampu meningkatkan citra Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo, menarik

perhatian wisatawan maupun investor, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

## **Pembahasan**

Inovasi dalam Pengembangan Ekonomi Desa melalui Pemanfaatan Digital yang Menitikberatkan pada Potensi Lokal Warga Desa Lompotoo. Proses ini dilaksanakan dengan beberapa langkah strategis yang terencana, yang dimulai dari survei awal, pemetaan potensi lokal, pelatihan dan pendidikan kepada masyarakat, hingga tahap monitoring serta evaluasi.

Langkah awal adalah survei awal yang bertujuan untuk mengenali kelebihan dan masalah utama di desa. Survei ini dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung. Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa Desa Lompotoo, memiliki potensi lokal yang melimpah namun belum dimaksimalkan dengan baik karena keterbatasan kemampuan dari masyarakat. Di samping itu, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa mengalami kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas karena masih bergantung pada cara promosi yang konvensional dan belum memanfaatkan platform digital.

Menanggapi permasalahan ini, program pelayanan masyarakat memberikan bimbingan dan pelatihan untuk memanfaatkan teknologi digital demi memperluas akses pasar bagi pelaku UMKM serta menyebarkan informasi mengenai desa. Salah satu hasil signifikan dari program ini adalah pembuatan platform digital berbasis website yang dibuat khusus untuk mempromosikan potensi desa, mencakup informasi tentang budaya, produk unggulan, potensi pariwisata, serta aktivitas masyarakat yang bisa diakses dengan mudah oleh publik. Kegiatan pelayanan ini menunjukkan dampak positif dalam upaya meningkatkan

daya saing desa di era digital. Selain itu, dikembangkan produk “LOPBOBA (Lompotoo Pisang Bola-Bola) Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo” sebagai inovasi produk yang berbasis potensi lokal.

Produk yang dihasilkan merupakan bentuk pengembangan potensi Desa dari hasil Perkebunan yang diolah dengan sentuhan inovasi agar memiliki nilai tambah. Selain itu, kegiatan ini merupakan Langkah nyata dalam memperkenalkan berbagai potensi Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Dengan adanya launching ini, citra desa semakin dikenal, serta memberikan motivasi kepada Masyarakat untuk terus berinovasi dalam mengembangkan potensi lokal yang berdaya saing sekaligus sebagai media promosi guna menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain peningkatan akses promosi, pengembangan produk lokal juga mengalami kemajuan signifikan. Gambar 5. Menunjukkan hasil olahan Perkebunan salah satunya pisang yang tidak lagi dijual dalam bentuk mentah, melainkan dikemas modern dengan label dan standar kualitas yang lebih baik. Kombinasi antara inovasi produk dan promosi digital dapat meningkatkan daya saing, sekaligus memperkuat identitas lokal sebagai keunggulan serta meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat.

Pada tahap monitoring dan evaluasi, dilakukan pendampingan secara berkala. Hasil pemantuan menunjukkan beberapa pelaku UMKM sudah dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk jualannya. Website yang dikembangkan sudah aktif digunakan dan mulai dimuat informasi Desa. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan keterampilan Masyarakat, memperkuat kesadaran

Masyarakat, serta mewujudkan desa yang unggul, inovatif dan berdaya saing di era modern.

## **KESIMPULAN**

Program pengabdian masyarakat di Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo berhasil menunjukkan bahwa Inovasi Pengembangan Ekonomi Desa melalui Digitalisasi Berbasis Potensi Lokal Masyarakat Desa Lompotoo mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia sekaligus daya saing desa. Kegiatan pelatihan digitalisasi memberikan dampak nyata berupa meningkatnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya promosi berbasis teknologi, terbukti melalui hasil pre-test dan post-test yang lebih baik. Inovasi produk lokal seperti “LOPBOBA (Lompotoo Pisang Bola-Bola) Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo” dan pengembangan website desa menjadi bukti nyata adanya transformasi ekonomi dan sosial melalui pemanfaatan teknologi digital serta hilirisasi hasil perkebunan. Upaya ini diharapkan tidak hanya memperkuat identitas desa, tetapi juga membuka peluang perluasan pasar hingga tingkat regional dan nasional.

Sebagai tindak lanjut, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar keterampilan masyarakat terus berkembang serta pemanfaatan platform digital tetap optimal. Pemerintah desa bersama kelompok pemuda dan pelaku UMKM diharapkan dapat menjaga keberlanjutan inovasi, memperluas jaringan kerja sama, serta mengembangkan produk lokal secara konsisten. Dengan demikian, Desa Lompotoo, Kecamatan Suwawa Tengah, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo berpotensi menjadi contoh desa inovatif yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan mampu bersaing di era digital.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Gorontalo atas dukungan pendanaan melalui Hibah PNBP Tahun Anggaran 2025 berdasarkan Kontrak Pengabdian Nomor: 1363/UN47.D1/HK.07.00/2025 Tanggal 5 Agustus 2025.

## REFERENCES

- Febrianty, Y., Awaludin, D. T., Safar, M., Kraugusteeliana, K., & Suseno, S. (2024). Digital skills improvement for MSMEs in rural areas for online marketing. *Unram Journal of Community Service*, 5(3), 195-200.
- Global, D. A. I. (2022). Insights from Emerging Markets: MSMEs and Digital Tool Use Amidst the COVID-19 Pandemic. Mexico Country Brief.
- Mayyora, R., Brawijaya, U., Sholihah, Q., Wanusmawatie, I., & Haris Wanto, A. (2025). Digital Transformation of Villages and Its Implications for Sustainable Development: Literature Review Approach. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 5(2), 100–111.
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301-312.
- Rahayu, F., Arkam, R., & Mustikasari, R. (2023). Strategi Pengembangan Kemampuan Sosial Emosional Anak Usia Dini Dengan Pembudayaan Antri. *MENTARI: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(2). <https://doi.org/10.60155/mentari.v3i2.367>
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., & Lumban, B. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital 1-4 Universitas Negeri Medan , Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(April), 09–18.

Tutiati, U. G. (2025). Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Era Digital. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 02(2), 1–6.

Yuniarti, R. (2024). Branding Umkm Melalui Platform Media Sosial.

Yusgiantoro, I., Wirdiyanti, R., Soekarno, S., Damayanti, S., & Mambela, I. (2019). The Impact of E-commerce Adoption on MSMEs Performance and Financial Inclusion in Indonesia. *The Financial Services Authority*, December, 1-19.