

KESENJANGAN PENERAPAN DIGITALISASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI UMKM DI INDONESIA: (STUDI KASUS PADA SEKTOR KERIPIK DI GANG PU BANDARLAMPUNG)

Fahmiati Zahra¹, Lola Yunita², Trio Febri Setiawan³, Roni Yunus⁴

^{1,2,3,4}Program Studi S1 Manajemen, Institut Maritim Prasetya Mandiri,
Bandar Lampung, Indonesia.

[1zahrarii84@gmail.com](mailto:zahrarii84@gmail.com), [2Lolayunita2124@gmail.com](mailto:Lolayunita2124@gmail.com), [3trio33837@gmail.com](mailto:trio33837@gmail.com)

ABSTRAK

Digitalisasi telah menjadi elemen penting dalam transformasi ekonomi, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang krusial dalam perekonomian, tetapi mereka sering menghadapi tantangan dalam hal akses pasar dan efisiensi operasional. Penelitian ini berfokus pada dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di sektor keripik di Gang PU, Bandar Lampung. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini menemukan bahwa hanya beberapa toko keripik besar, seperti Aska Jaya, Ibu Mery, dan Hai Toms, yang telah menerapkan teknologi digital dalam operasional dan pemasaran mereka. Sementara itu, toko-toko kecil yang mereknya belum terkenal masih mengandalkan pemasaran secara offline. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik toko keripik di Gang PU, yang menunjukkan bahwa digitalisasi telah memberikan manfaat signifikan bagi toko-toko besar dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, tantangan seperti literasi digital dan keterbatasan sumber daya masih menghambat adopsi teknologi di kalangan toko-toko kecil. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai kesenjangan dalam adopsi digitalisasi di antara UMKM, serta implikasinya terhadap pertumbuhan ekonomi di sektor ini. Diharapkan temuan ini dapat mendorong upaya lebih lanjut untuk mendukung digitalisasi yang lebih inklusif di kalangan UMKM di Indonesia khususnya daerah Lampung.

Kata Kunci : Digitalisasi, Pertumbuhan Ekonomi, UMKM

Article History

Received: Oktober 2024
Reviewed: Oktober 2024
Published: Oktober 2024

Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musyitari.v1i2.365

Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan yang sangat krusial dalam ekonomi suatu negara, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan pergerakan pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Di Indonesia, sektor UMKM telah berfungsi sebagai fondasi ekonomi, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat besar, dengan jumlah unit usaha yang mencapai 99% dari total keseluruhan unit usaha yang ada. Pada tahun 2023, jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi sektor UMKM terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 61%, yang setara dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga menyerap sekitar 117 juta pekerja, atau sekitar 97% dari total angkatan kerja di negara tersebut.

Berdasarkan data Kementerian Perdagangan (Kemendag) pada 2023, tercatat nilai transaksi melalui digital atau e-commerce, mencapai Rp533 triliun. Nilai ini melesat tajam dibanding tahun sebelumnya yang nilainya Rp476 triliun. Untuk itu, penting melakukan digitalisasi usaha saat ini. Supaya UMKM ikut terdampak dengan mendapatkan omzet yang besar.

Namun, penerapan digitalisasi di kalangan UMKM di Indonesia belum merata. Beberapa UMKM, terutama yang telah memiliki merek besar dan sumber daya yang cukup, mampu mengadopsi teknologi digital dengan baik. Sementara itu, sebagian besar UMKM kecil masih menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan teknologi ini. Tantangan tersebut mencakup keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi, rendahnya literasi digital, serta keterbatasan modal untuk investasi dalam teknologi digital.

Gang PU di Bandar Lampung merupakan salah satu kawasan yang terkenal dengan produksi keripiknya. Toko-toko keripik di Gang PU bervariasi dari segi ukuran dan popularitas. Beberapa toko besar seperti Aska Jaya, Ibu Mery, dan Hai Toms telah mulai menerapkan digitalisasi dalam operasional mereka, sementara toko-toko kecil yang belum memiliki nama besar masih mengandalkan pemasaran secara tradisional atau offline. Hal ini menciptakan kesenjangan dalam penerapan digitalisasi yang dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi masing-masing UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan dalam penerapan digitalisasi di sektor keripik di Gang PU, Bandar Lampung, serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di kawasan tersebut. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi digitalisasi dan dampaknya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mendukung UMKM dalam era digital.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi umkm di Indonesia dan kontribusi terhadap literatur yang ada dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam konteks UMKM.

TINJAUAN PUSTAKA

Digitalisasi dan UMKM di Indonesia

Digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam transformasi ekonomi global, termasuk di Indonesia. Adopsi teknologi digital oleh UMKM di Indonesia telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, namun masih terdapat kesenjangan yang perlu diatasi. Setiawati dan Widyartati (2017) mengungkapkan bahwa meskipun ada peningkatan dalam penggunaan media sosial dan e-commerce, banyak UMKM masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi yang lebih canggih seperti analisis data dan otomatisasi proses.

Kesenjangan Digital di Kalangan UMKM

Kesenjangan digital di antara UMKM Indonesia telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian. Nugroho et al. (2019) mengidentifikasi beberapa faktor yang berkontribusi terhadap kesenjangan ini, termasuk kurangnya infrastruktur digital di daerah pedesaan, keterbatasan akses terhadap pelatihan digital, dan kendala finansial dalam mengadopsi teknologi baru. Penelitian ini menekankan pentingnya kebijakan yang ditargetkan untuk mengatasi kesenjangan ini guna memastikan pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Dampak Digitalisasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM

Beberapa studi telah menunjukkan dampak positif dari digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Penelitian oleh Sari et al. (2020) menemukan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital mengalami peningkatan produktivitas, efisiensi operasional, dan akses pasar yang lebih luas. Namun, tingkat dampak ini bervariasi tergantung pada sektor

dan tingkat adopsi teknologi.

Studi Kasus Digitalisasi di Sektor Keripik Gang PU Bandar Lampung

Gang PU di Bandar Lampung dikenal sebagai pusat produksi keripik, dengan berbagai toko yang menjual produk-produk lokal. Menurut data yang diperoleh dari wawancara dan observasi lapangan, hanya beberapatoko besar seperti Aska Jaya, Ibu Mery, dan Hai Toms yang telah menerapkan digitalisasi. Toko toko ini menggunakan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Sementara itu, sebagian besar toko kecil di Gang PU masih memasarkan produk mereka secara offline, yang membatasi pertumbuhan dan daya saing merek

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami kesenjangan penerapan digitalisasi dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di sektor keripik di Gang PU Bandar Lampung. Metode ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena yang kompleks terkait penerapan digitalisasi, yang memerlukan pemahaman mendalam melalui pengumpulan data langsung dari lapangan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan oleh penulis di Gang PU, yang beralamat Jl. Pagar Alam, Segala Mider, Kec. Tj. Karang Baru, Kota Bandar Lampung, Lampung 35151. Waktu penelitian sejak tanggal 15 Agustus sampai dengan 18 Agustus 2024. Dengan fokus pada toko-toko yang menerapkan dan tidak menerapkan digitalisasi.

Sumber Data

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik atau pengelola UMKM keripik di Gang PU. Selain itu, data sekunder dikumpulkan dari dokumen, laporan, dan publikasi terkait penerapan digitalisasi di UMKM.

Subjek Data

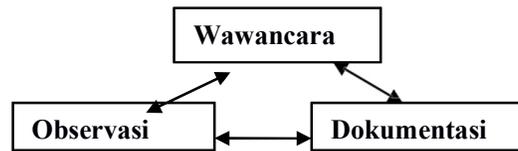
Subjek dalam penelitian ini adalah UMKM keripik di Gang PU yang menerapkan digitalisasi seperti Aska Jaya, Ibu Mery, dan Hai Toms, serta UMKM yang belum menerapkan digitalisasi.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian yaitu:

1. Teknik Wawancara Wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik atau manajer UMKM untuk memperoleh data terkait penerapan digitalisasi, tantangan yang dihadapi, dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM..
2. Teknik Dokumentasi dengan cara melibatkan pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber seperti laporan tahunan, publikasi pemerintah, dan dokumen lain yang relevan untuk memperkuat temuan penelitian..
3. Teknik Observasi dilakukan untuk memahami secara langsung bagaimana UMKM di Gang PU beroperasi, baik yang menerapkan maupun yang tidak menerapkan digitalisasi..

Gambar 1. Skema Pengumpulan Data



Teknik Analisis Data Kualitatif

“Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data korelasional. Analisis korelasional adalah analisis statistik yang berusaha untuk mencari hubungan atau pengaruh antara dua buah variabel atau lebih. Dalam analisis korelasional ini, variabel dibagi ke dalam dua bagian, yaitu:

- Variabel bebas (Independent Variable) adalah variabel yang keberadaannya tidak bergantung pada variabel lain.
- Variabel terikat (Dependent Variable) merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain”.

Penelitian ini berusaha menganalisis bagaimana kesenjangan penerapan digitalisasi (X) mempengaruhi pertumbuhan ekonomi UMKM (Y). Semakin besar kesenjangan dalam penerapan teknologi, semakin besar kemungkinan pertumbuhan UMKM yang tidak merata, dan sebaliknya, penerapan digitalisasi yang lebih baik dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih optimal pada UMKM di sektor keripik di Gang PU.

Menurut Gorard (dalam wicaksono, 2022:144)

a. Membuat Hipotesis penelitian H_0 dan H_a

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara penerapan digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di sektor keripik di Gang PU Bandar Lampung.

H_a = Terdapat pengaruh signifikan antara penerapan digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di sektor keripik di Gang PU Bandar Lampung.

- b. Menguji validitas atau invaliditas hipotesis yang telah diajukan. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah hipotesis alternatif (H_a) atau hipotesis nol (H_0) yang benar, dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh dari hasil perhitungan observasi (r_0) dengan nilai koefisien korelasi (r) yang tercantum pada tabel product moment (r_t). Sebelum melakukan perbandingan tersebut, terlebih dahulu perlu dihitung derajat kebebasan (df) atau degrees of freedom (df), yang rumusnya adalah:

$$Df = N - nr$$

Ket :

df : degrees of freedom N : Number of class

nr : banyak variabel yang di korelasikan

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{N \cdot SDx \cdot SDy}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Inovasi Teknologi

UMKM menjadi sebuah roda pendorong ekonomi di Indonesia, khususnya di daerah GangPU, Bandar Lampung. Dalam upaya meningkatkan daya saing, beberapa toko besar seperti Aska Jaya, Ibu Mery, dan Hai Toms telah berhasil mengimplementasikan teknologi

digital sebagai solusi untuk efisiensi operasional dan perluasan pasar. Namun, tidak semua UMKM di daerah tersebut mampu mengadopsi teknologi ini. Toko-toko kecil menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan sumber daya finansial serta SDM, yang memengaruhi kemampuan mereka untuk memanfaatkan platform digital secara optimal.

Pemerintah Provinsi Lampung telah memainkan peran penting dalam memberdayakan UMKM melalui berbagai program digitalisasi. Salah satu langkah yang signifikan adalah penyelenggaraan pelatihan digital marketing yang dimulai sejak tahun 2021. Beberapa pelatihan yang telah dilaksanakan antara lain:

- Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM (2021): Difokuskan pada penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk promosi produk.
- Pelatihan E-Commerce untuk UMKM (2022): Menyediakan panduan teknis tentang cara berjualan melalui platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak.
- Pelatihan Pemasaran melalui TikTok (2023): Berfokus pada pembuatan konten kreatif dan video promosi untuk menarik konsumen melalui TikTok.

Selain pelatihan, pemerintah juga menawarkan bantuan teknis dan konsultasi yang dapat diakses oleh para pelaku UMKM di Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung. Bantuan ini meliputi bimbingan tentang penggunaan teknologi digital, optimalisasi operasional berbasis IT, hingga strategi pemasaran online yang efektif. Program konsultasi ini dapat diakses melalui kunjungan langsung ke kantor Dinas Koperasi dan UKM atau melalui layanan daring di portal resmi Dinas Koperasi dan UKM Lampung yang memberikan berbagai informasi terkait pendampingan dan teknis operasional digitalisasi UMKM.

Dengan adanya dukungan tersebut, UMKM kecil diharapkan dapat lebih mudah mengadopsi teknologi digital dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Pemerintah juga terus mendorong kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memaksimalkan pemberdayaan UMKM melalui transformasi digital.

2. Hasil wawancara

Tabel 1. Data Responden UMKM Sentral Keripik di Gang PU

NO	Nama UMKM	Usia Pemilik	Skala Usaha			Omzet per Bulan (Rp)	Penggunaan Teknologi Digital		Platform Digital yang Digunakan	Jangkauan Pasar			Pertumbuhan Omzet			Kendala Utama dalam Digitalisasi
			Kecil	Menengah	Micro		YA	TIDAK		lokal	Nasional	Internasional	Menurun	Stabil	Meningkat	
1	Keripik Askha Jaya	35 Tahun	✓			277.000.000	✓		Instagram, TikTok, Facebook, Shopee	✓				✓		Biaya teknologi dan pelatihan
2	Keripik Ibu Mery	43 Tahun	✓			175.000.000	✓		Instagram, TikTok, Facebook, Shopee	✓				✓		Biaya teknologi dan pelatihan
3	Keripik Hai-Toms	57 Tahun	✓			600.000.000	✓		Instagram, Facebook, Tokopedia	✓				✓		Modal awal untuk investasi teknologi

4	Keripik Sumber Rezeki	40 Tahun			✓	2.000.000		✓	-	✓			✓			Kesulitan memahami teknologi baru
5	Keripik Wagiman	51 Tahun			✓	10.000.000	✓		Whatsapp		✓			✓		Kesulitan memahami teknologi baru
6	Keripik Karya Mandiri	37 Tahun			✓	2.000.000		✓	-	✓			✓			Kesulitan memahami teknologi baru

Terdapat kesenjangan yang cukup signifikan antara toko besar dan toko kecil dalam hal adopsi teknologi digital di Gang PU. Toko-toko besar, seperti Aska Jaya, Ibu Mery, dan Hai Toms, dengan sumber daya yang lebih melimpah, lebih cepat mengadopsi teknologi dan memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Sebaliknya, toko-toko kecil yang menghadapi keterbatasan dalam hal keuangan dan literasi digital belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal.

Kesenjangan ini merefleksikan tantangan yang dihadapi oleh banyak UMKM di Indonesia, terutama dalam hal literasi digital dan akses ke sumber daya teknologi. Penggunaan teknologi dalam kegiatan operasional bisnis berpotensi untuk meningkatkan produktivitas serta memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat domestik maupun internasional. Temuan yang dikemukakan oleh Tayibnapis et al. (2019) mendukung hal ini, dengan menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang telah menerapkan teknologi digital cenderung mengalami peningkatan signifikan dalam kinerja bisnis mereka.

3. Dampak Digitalisasi terhadap Kinerja Bisnis

Penelitian ini mengonfirmasi bahwa adopsi teknologi digital membawa dampak positif terhadap kinerja bisnis toko-toko besar di Gang PU. Penerapan teknologi, termasuk pemanfaatan platform e-commerce, telah berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar bagi toko-toko tersebut. Menurut Sari et al. (2020), peningkatan efisiensi ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berpotensi untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha. Sementara itu, bagi toko-toko kecil yang belum mengadopsi teknologi digital, tantangan dalam hal literasi digital dan keterbatasan sumber daya tetap menjadi hambatan utama. Namun, dengan dukungan dari pemerintah dan inisiatif lokal, ada potensi bagi UMKM kecil untuk mengadopsi teknologi ini di masa mendatang.

4. Tantangan dalam Adopsi Digital

Penelitian ini juga mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh toko-toko kecil dalam mengadopsi teknologi digital. Literasi digital yang rendah, keterbatasan sumber daya finansial, serta kurangnya akses ke pelatihan dan pendampingan menjadi faktor penghambat utama. Nugroho et al. (2016) juga mengidentifikasi tantangan serupa dalam konteks digitalisasi UMKM di Indonesia, yang menunjukkan bahwa meskipun ada dorongan untuk digitalisasi, masih banyak hambatan yang perlu diatasi.

Namun, dengan adanya dukungan kebijakan yang tepat, UMKM kecil dapat terbantu untuk mengatasi hambatan-hambatan ini dan memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan kinerja dan daya saing mereka di pasar.

5. Implikasi Kebijakan

Temuan penelitian ini memberikan beberapa implikasi kebijakan yang penting, terutama terkait dengan upaya mengatasi kesenjangan digital di kalangan UMKM. Kebijakan yang mendorong peningkatan literasi digital dan menyediakan dukungan finansial untuk adopsi

teknologi digital akan sangat membantu dalam mempercepat proses digitalisasi UMKM, terutama bagi toko- toko kecil di Gang PU.

Sebagai langkah lanjutan, program pelatihan literasi digital yang terarah dan berkelanjutan perlu diterapkan untuk mendukung UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara efektif. Selain itu, pemerintah perlu mempertimbangkan penyediaan insentif dan dukungan finansial yang dapat membantu UMKM kecil dalam mengakses dan mengadopsi teknologi digital. Infrastruktur digital yang memadai juga perlu dibangun untuk mendukung transformasi digital UMKM di seluruh wilayah.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian dalam jurnal ini menunjukkan adanya kesenjangan signifikan dalam penerapan digitalisasi di sektor UMKM, khususnya pada sektor keripik di Gang PU, Bandar Lampung. Beberapa toko besar seperti Aska Jaya, Ibu Mery, dan Hai Toms telah berhasil mengadopsi teknologi digital dan menikmati manfaat seperti efisiensi operasional dan peningkatan jangkauan pasar. Namun, toko-toko kecil menghadapi kendala seperti keterbatasan literasi digital dan sumber daya yang menghambat adopsi teknologi digital. Tantangan ini mencerminkan masalah yang lebih luas di kalangan UMKM Indonesia, di mana literasi digital yang rendah dan keterbatasan finansial menjadi hambatan utama.

Digitalisasi telah terbukti memberikan efek positif pada kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya dalam hal peningkatan produktivitas serta daya saing di pasar, baik domestik maupun internasional. Namun, untuk UMKM kecil, dukungan lebih lanjut dari pemerintah dan inisiatif lokal diperlukan agar mereka dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi ini.

Saran

- **Peningkatan Literasi Digital:** Pemerintah dan institusi terkait perlu memperluas pelatihan literasi digital yang menasar UMKM kecil, termasuk menyediakan bimbingan teknis yang lebih komprehensif dalam penggunaan teknologi digital seperti e-commerce dan media sosial.
- **Dukungan Finansial:** Penyediaan akses ke modal atau insentif keuangan sangat penting untuk membantu UMKM kecil berinvestasi dalam teknologi digital. Skema bantuan seperti subsidi atau pinjaman lunak untuk pembelian teknologi perlu diperkuat.
- **Pembangunan Infrastruktur Teknologi:** Perlu adanya investasi lebih lanjut dalam infrastruktur teknologi, terutama di daerah-daerah yang masih tertinggal dalam akses internet dan teknologi. Ini akan memudahkan UMKM kecil untuk lebih mudah berpartisipasi dalam transformasi digital.
- **Program Kolaboratif:** Mendorong kolaborasi antara UMKM besar yang telah sukses mengadopsi digitalisasi dengan UMKM kecil melalui program mentoring atau kemitraan bisa menjadi cara efektif untuk berbagi pengetahuan dan strategi bisnis digital.
- **Kebijakan yang Inklusif:** Kebijakan pemerintah sebaiknya lebih inklusif dan difokuskan pada pemberdayaan UMKM kecil, sehingga digitalisasi tidak hanya menguntungkan UMKM besar, tetapi juga UMKM skala mikro dan kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugroho, L., Hidayah, N., Ali, A. J., & Badawi, A. (2020). E-commerce to improve homemaker productivity (women entrepreneur empowerment at Meruya Utara, Kembangan district, West Jakarta, Indonesia). *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(01), 13–24.
- Sari, D. A., Hakiim, A., Irawan, R., & Dewi, R. (2020). Penataan Ulang Area Produksi Industri Rumah Tangga di Kabupaten Bekasi. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 4(1), 53–62.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Seminar Nasional dan Call for Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI*.
- Tayibnapi, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2019). Pentingnya Inovasi dan Kreatifitas Era Teknologi Digital. *Seminar Nasional Manajemen dan Call Paper (SENIMA 4)*.
- Wicaksono, A. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pengantar Ringkas*. Garudhawaca.