

**PERANAN NEW ECONOMY DIGITALIZATION PADA UMKM MANISAN CERME DI
DUSUN BACEM, DESA BENING, MOJOKERTO**

¹Debby Yusriliana Rahmawati, ²Mochammad

Fredy

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

¹*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ²Fakultas Ilmu Budaya*

[1debbyusriliana@gmail.com](mailto:debbyusriliana@gmail.com), [2mochfredy@untag-sby.ac.id](mailto:mochfredy@untag-sby.ac.id)

Abstrak. Banyak pemilik usaha mikro dan kecil yang belum familiar dengan teknologi digital, sehingga penting untuk membekali mereka dengan pengetahuan seperti apa itu digitalisasi, jenis-jenis digitalisasi, keuntungan, manfaat, pengenalan website untuk mewadahi UMKM di Desa Bening, pemetaan bisnis, pengenalan platform penjualan online, pembuatan akun, pengoperasian aplikasi penjualan online, pentingnya manajemen penjadwalan, pentingnya pencatatan keuangan, dan pelatihan cara pengoperasian pencatatan keuangan. Faktor kunci dalam pemanfaatan teknologi digital adalah komitmen pemilik usaha untuk meningkatkan efisiensi usaha. Di era digital saat ini, pengembangan dan pemberdayaan UMKM berbasis platform digital online menjadi sangat penting. Namun, untuk mencapai kesuksesan, penting bagi pengembang untuk mempertimbangkan faktor-faktor seperti aksesibilitas, pelatihan, keamanan data, pemasaran, dan integrasi dengan layanan keuangan. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, perkembangan platform digital online dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pertumbuhan dan keberdayaan UMKM.

Kata kunci: digitalisasi ekonomi, website, UMKM, e-commerce, e-business

Abstract. *Many micro and small business owners are not yet familiar with digital technology, so it is important to provide them with knowledge such as what digitalization is, the types of digitalization, the advantages, benefits, website introduction to accommodate UMKM in Desa Bening, business mapping, online sales platform introduction, account creation, online sales application operation, the importance of scheduling management, the importance of financial recording, and training on how to operate financial recording. The key factor in the use of digital technology is the commitment of business owners to improve business efficiency. In the current digital era, the development and empowerment of UMKM based on online digital platforms are crucial. However, to achieve success, it is important for developers to consider factors such as accessibility, training, data security, marketing, and integration with financial services. By paying attention to these aspects, the development of online digital platforms can provide significant benefits for the growth and empowerment of UMKM.*

Keyword: digitalization economic, website, UMKM, e-commerce, e-business

1. PENDAHULUAN

Industri usaha mikro kecil dan menengah mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang sangat penting serta strategis dalam meningkatkan perekonomian secara nasional. UMKM lokal seharusnya lebih diperhatikan dari berbagai pihak. Selain untuk menghidupkan perekonomian lokal, keberadaan UMKM juga bermanfaat dalam membantu perputaran roda ekonomi masyarakat melalui penggunaan bahan operasional produksi. Hal ini disebabkan karena persediaan bahan baku lokal memiliki keunggulan tersendiri bagi industri-industri kecil hingga menengah agar proses operasional mereka menjadi lebih efisien dan meningkatkan kesejahteraan dengan memberdayakan masyarakat lokal (Mujanah, 2015).

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), kriteria yang termasuk ke dalam UMKM adalah sebagai berikut.

- a. Kriteria Usaha Mikro yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,-
- b. Kriteria Usaha Kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,-
- c. Kriteria Usaha Menengah yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,-

Sehubungan diberlakukannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu, Peredaran Bruto tertentu ini dalam PP No.46 Tahun 2013 Pasal 3 adalah peredaran bruto setiap bulan atas penghasilan dari usaha Wajib Pajak tidak melebihi Rp 4,8 Miliar dalam satu tahun dikenai Pajak Penghasilan yang bersifat final yakni 1%, yang kemudian diturunkan tarifnya sebesar 0,5% pada 1 Juli 2018.

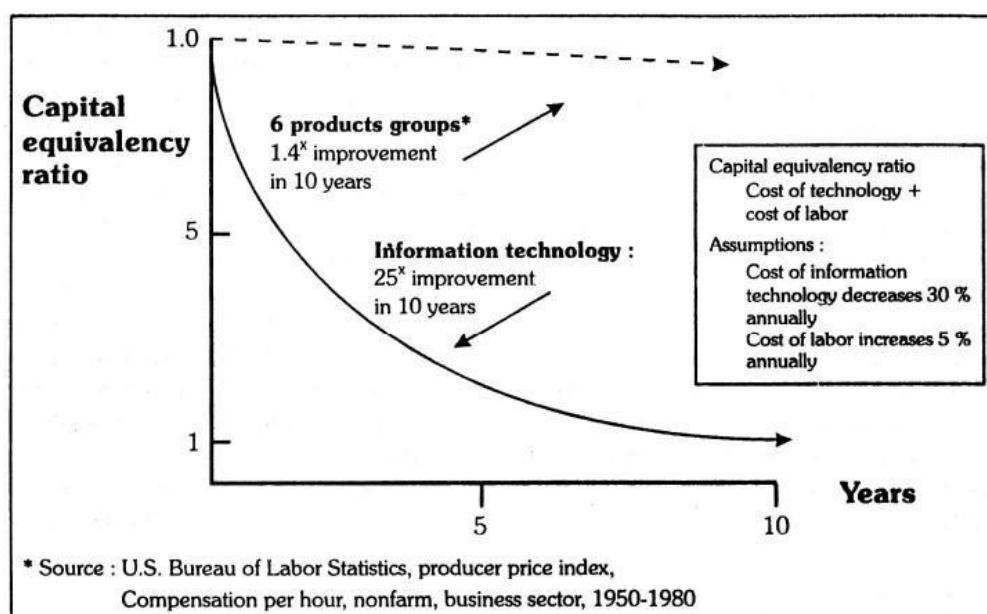
Buah cerme menjadi produk unggulan bagi dusun Bacem, desa Bening. Buah cerme tersebut dapat diolah menjadi sebuah produk manisan cerme. Usaha ini sudah berjalan sejak tahun 90-an dengan target pasar berupa agen lepas di beberapa daerah di Surabaya. Sayangnya, usaha ini tidak memaksimalkan pemasaran dengan digitalisasi.

Saat ini bisnis usaha barang/jasa sudah memasuki *era new economy* atau *era digital economy*, dengan ini usaha mereka harus menyesuaikan perkembangan zaman dari yang menggunakan sistem konvensional (ritel) menjadi sistem yang terdigitalisasi. Hal ini bisa dirasakan langsung manfaatnya oleh konsumen dan penjual, baik bagi penjual yang baru memulai

UMKM maupun perusahaan yang sudah menjangkau pasar internasional. Manfaat ini bisa dirasakan dengan meningkatnya efisiensi dan efektivitas operasional suatu usaha, mengurangi biaya operasional usaha, meningkatkan profit bisnis, kemudahan transaksi bagi konsumen, dan masih banyak lagi manfaat yang bisa dirasakan baik bagi penjual maupun pembeli.

Pada era ini tidak menutup kemungkinan untuk pelaku UMKM bisa ikut bersaing di pasar global yang memiliki kemungkinan bisa memperkenalkan produknya ke berbagai negara, sehingga bisa melakukan ekspor barang. Hal ini juga salah satu upaya para pelaku usaha yang secara tidak langsung bisa membantu meningkatkan perekonomian di Indonesia. Untuk itu sebagai pelaku UMKM harus lebih mengoptimalkan adanya teknologi informasi yang sudah maju untuk menjadi salah satu bentuk pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

Perkembangan teknologi informasi tersebut selalu dikaitkan dengan meningkatnya power sekaligus pengurangan biaya, yang menghasilkan kombinasi *price/performance* yang lebih baik.



Sumber: Scott Morton, Ed (1991, hal 10)

Menurut Darmastuti (2012) media mempunyai peranan yang besar dalam memengaruhi masyarakat baik pengaruh positif maupun negatif. Sehingga kegiatan promosi sangat diperlukan yang dapat mempengaruhi dalam pemenuhan target pasar.

Menurut Don Tapscott (1995), ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital internet. Ekonomi digital disebut juga dengan sebutan *internet economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowledge*, atau *new economy*. Digitalisasi economy sendiri mempunyai 12 atribut yaitu:

- Knowledge* dimana inovasi unggul lewat kesempatan-kesempatan terbaru untuk menciptakan keunggulan kompetitif,
- Digitization* dimana seluruh transaksi penjualan dan pembelian terjadi menggunakan digital technology dan digital information,
- Virtualization* digital dimungkinkan untuk merubah barang fisik menjadi barang virtual,

- d. *Molecularization* dimana heavy organization berubah menjadi light organization yang fleksibel hal ini dilakukan agar lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan,
- e. *Internetworking* dimana menggunakan jaringan internet untuk membangun interkoneksi membentuk jaringan ekonomi,
- f. *Disintermediation* sehingga tidak diperlukannya perantara,
- g. *Convergence* dimana multimedia interaktif menjadi suatu platform yang penting salah satunya dalam berbisnis,
- h. *Innovation* imaginasi dan kreatifitas manusia yang merupakan sumber nilai utama membentuk inovasi ekonomi,
- i. *Prosument* pada era ekonomi lama kuncinya adalah *mass production*, sedangkan kunci dari era saat ini digitalisasi economy adalah *mass customization*,
- j. *Immediacy* perbedaan waktu produksi saat barang sedang dipesan dan penyusutan waktu pengiriman,
- k. *Globalization* tanpa ada batasan untuk melakukan transaksi global,
- l. *Discordance* pemisah antara yang paham teknologi dan yang tidak paham tentang teknologi.

Dengan adanya digitalisasi economy ini banyak masyarakat/konsumen lebih memilih berbelanja melalui aplikasi atau via digital. Hal ini, menyebabkan banyak usaha atau toko-toko ritel yang lebih menutup usahanya dan lebih memilih melakukan usahanya melalui digital atau biasa disebut dengan *E-Business*. (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (KOMINFO), 2023) “Hingga 2022, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang telah terdigitalisasi mencapai 20.997.131 UMKM dan mengalami peningkatan 17 persen dari tahun sebelumnya”.

Menurut Turban (2017) pada lembaga FPS menilai bahwa *e-business* yang ada di Indonesia mengalami pertumbuhan yang tercepat di Asia Pasifik. Indonesia mencapai sebesar 239% dari penjualan \$11 miliar di tahun 2018. Hal ini dikarenakan kebanyakan dari mereka telah mengetahui manfaat dan kelebihan dari menjalankan usahanya secara online atau *e-business*.

Bisnis *e-commerce* sendiri terdapat beberapa model yang dikembangkan di Indonesia. Beberapa di antaranya adalah *Business to Consumer* (B2C) yaitu bisnis yang terjadi antara *corporate* dengan *customer* dan *Business to Business* (B2B) yaitu bisnis yang terjadi antara *corporate* dengan *corporate*.

Pelanggan atau pemasok terus menggunakan *e-commerce* karena biaya peralihan, untuk itu diperlukan pengelolaan-pengelolaan mulai dari keuangan hingga pemasarannya dengan menilai dampak *e-commerce* dan *e-business* terhadap pasar dan organisasi kita.

Fungsi dan peran akuntansi sendiri untuk pelaku usaha UMKM yaitu untuk mengetahui informasi keuangan, sebagai acuan untuk pengelolaan manajemen usaha, dan untuk mengetahui

perkembangan usahanya. Akuntansi juga mengolah masalah-masalah yang dihadapi para usaha UMKM dengan memakai data historis.

Menurut George. R Terry mengemukakan dalam unsur dasar untuk mencapai tujuan diperlukan 6 M + I yaitu:

1. *Man*, manusia atau tenaga kerja yang merupakan faktor penting yang menentukan proses kegiatan mencapai tujuan
2. *Money*, disamping faktor SDM, uang juga salah satu faktor penting sebagai alat tukar dan alat pengukur nilai suatu usaha untuk bisa mencapai tujuan
3. *Machines*, mesin atau alat yang akan digunakan untuk meringankan dan mempermudah dalam pelaksanaan pekerjaan
4. *Methods*, metode atau cara dengan memanajemen kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan, agar seluruh kegiatan bisa berjalan secara efektif dan efisien
5. *Materials*, bahan atau perlengkapan sangat penting untuk mencapai tujuan, karena manusia tanpa material atau perlengkapan yang mendukung, maka kegiatan tidak akan berjalan lancar tidak sesuai dengan tujuan
6. *Market*, tempat untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Karena dengan tidak adanya pasar perusahaan akan merugi sehingga terjadi kebangkrutan
7. *Information*, informasi sangat dibutuhkan baik perusahaan maupun organisasi karena dengan adanya informasi-informasi ini perusahaan bisa melakukan analisa pasar dan menyusun strategi bisnis

Industri manisan buah cerme yang bernama Lezat Rasa yang diproduksi secara manual tanpa menggunakan tambahan tenaga kerja atau proses pembuatan manisan buah cerme ini dimasak sendiri oleh pemilik. Berdasarkan Analisis situasi di lokasi proses pembuatan, beberapa masalah yang dihadapi sebagai berikut.

- a. Pemasaran yang dilakukan masih dibilang menggunakan cara lama yaitu mendatangi langsung agen-agen lepas atau tempat para agen-agen penjual manisan yang tidak menentu membeli dengan orang yang sama.
- b. Tidak memanfaatkan digitalisasi yang seharusnya bisa menambah profit usaha.
- c. Tidak melakukan pencatatan sehingga tidak mengetahui apakah seluruh penjualannya mengalami profit atau loss.

Untuk itu dalam rangka pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diadakan oleh LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melakukan pendampingan dan pelatihan terhadap salah satu UMKM manisan buah cerme Lezat Rasa guna lebih memaksimalkan teknologi digitalisasi yang terbaru. Mulai dari pengelolaan

keuangan, strategi-strategi bisnis, hingga memajemen pemasaran sehingga lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan permasalahan yang ada di lokasi dalam kegiatan pengabdian ini, diberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM manisan cerme yaitu dengan memberikan pelatihan akuntansi keuangan, pengelolaan manajemen, dan manajemen pemasaran.

2. METODE

Konsep kegiatan yang akan dilakukan yaitu dengan melakukan observasi dan koordinasi di awal. Koordinasi dilakukan baik dengan antara mahasiswa, mahasiswa dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), mahasiswa dengan perangkat desa, maupun mahasiswa dengan mitra UMKM. Setelah dilakukan koordinasi, dilakukan pendampingan dan pelatihan yang dipaparkan oleh mahasiswa di bidang teknologi informasi. Terakhir, dilakukan kegiatan evaluasi untuk memastikan bahwa pendampingan dan pelatihan yang dilaksanakan itu berjalan secara efektif dan efisien, yang kemudian para UMKM diharapkan bisa menerapkan langsung dan bisa meningkatkan penjualannya melalui digitalisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Potensi dan tantangan dalam peningkatan usaha UMKM manisan cerme di Desa Bening diharapkan mampu mengelola, menganalisis, dan meningkatkan profitabilitas usaha. Oleh karena itu, dalam upaya ini diperlukan pelatihan dan beberapa alternatif strategi.

Kegiatan ini dimulai dengan observasi dan koordinasi dengan pihak UMKM yang membahas permasalahan terutama pada pemasaran dan pengolahan keuangan yang dialami oleh UMKM manisan cerme. Setelah dilakukan diskusi bersama-sama ditemukan solusi-solusi atas permasalahan yang dihadapi, yang kemudian dilakukan pengkonfirmasian ulang dan memperoleh persetujuan dan dilakukan pendampingan dan pelatihan.

Dengan adanya kegiatan pengabdian dari mahasiswa, para pelaku UMKM ini diajak untuk lebih mengoptimalkan teknologi informasi dengan menggunakan digitalisasi baik menggunakan website maupun aplikasi. Kegiatan pengabdian mahasiswa dimulai dengan melakukan observasi dan melakukan kesepakatan kepada beberapa UMKM salah satunya manisan cerme.

Pembuatan website ini bisa digunakan sebagai salah satu tempat untuk seluruh informasi yang ada di Desa Bening juga terdapat apa saja di Desa Bening ini, website juga digunakan sebagai wadah untuk para UMKM di Desa Bening. Website ini tidak hanya wadah bagi UMKM tapi juga bisa memperluaskan pasar seperti dilakukan pemetakan dengan Google Maps, yang sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran.

Pengoptimalan digitalisasi ini tidak hanya dengan menggunakan website, tetapi juga menggunakan aplikasi yang ada baik melalui Playstore maupun Appstore. Beberapa contoh aplikasi yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan digitalisasi ini adalah sebagai berikut.

1. Monday.com, salah satu aplikasi penyedia untuk memanajemen penjadwalan dengan tujuan memudahkan *workflow*.
2. E-Commerce, adalah tempat transaksi jual beli secara online. Salah satunya penggunaan platform Tiktok Shop dan Shopee. Hal ini banyak memiliki manfaat yaitu bisa meminimalkan biaya pemasaran, pengoptimalan sumber daya yang minim, memperluas jaringan dan target pasar baik yang regional, nasional, maupun internasional.
3. Sepron, adalah aplikasi penyedia pencatatan dan pengelolaan keuangan yang sangat mudah digunakan bagi para pelaku UMKM dengan tampilan yang *user friendly*.

Oleh karena itu, perkembangan teknologi ini yang telah memudahkan munculnya berbagai kegiatan yang berbasis teknologi informasi (Wijaya & Ferdinandus, 2020). Salah satu alasan mengapa informasi pemasaran disebarluaskan melalui web adalah karena lebih mudah diakses oleh orang-orang dari berbagai belahan dunia hanya dengan menggunakan Internet. Selain itu, website juga merupakan sarana yang sangat cocok untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas berbagai potensi dan keunggulan suatu produk yang ingin dipasarkan.

Berdasarkan hasil *pretest* yang diberikan masih belum bisa mengoptimalkan digitalisasi saat ini, apalagi dalam memasarkan produksinya. Setelah dilakukan pendampingan dan pelatihan yang diberikan para mahasiswa, berdasarkan hasil *posttest* menunjukkan peningkatan atas pemahaman terhadap digitalisasi, terutama untuk strategi dan media untuk pemasaran, juga sebagai perluasan jaringan kerjasama dan target pasarnya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil *pretest* sebagian besar dari yang diinformasikan dari mahasiswa kepada UMKM menunjukkan bahwa mereka masih belum terlalu paham dengan digitalisasi saat ini dan belum bisa mengoptimalkannya karena kurangnya pengetahuan.

Setelah dilakukan pemaparan lebih detail dan pelatihan yang diberikan oleh mahasiswa kepada UMKM, berdasarkan hasil dari *posttest* yang diajukan menunjukkan terjadi peningkatan atas pemahaman kelebihan dan manfaat dari digitalisasi.

Hal ini juga menunjukkan dengan memulai pembuatan atas beberapa akun platform pemasaran yaitu Tiktok Shop dan Shopee. Pemetaan juga penting dilakukan sebagai salah satu media strategi pemasaran.

4. SIMPULAN

Namun banyak pelaku usaha mikro kecil yang belum familiar dengan teknologi digital sehingga penting untuk membekali mereka dengan pengetahuan seperti apa itu digitalisasi, jenis

digitalisasi, keuntungan dan manfaat, pengenalan website untuk mewadahi UMKM di Desa Bening, pemetaan bisnis, pengenalan platform penjualan online, pembuatan akun, pengoperasian aplikasi penjualan online, pentingnya manajemen penjadwalan, pentingnya pencatatan keuangan, dan pelatihan cara pengoperasian pencatatan keuangan.

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor kunci dalam pemanfaatan teknologi digital adalah komitmen pemilik usaha untuk meningkatkan efisiensi usaha dan kurangnya pengetahuan tentang sistem informasi/teknologi informasi sehingga penjualan menjadi tidak menentu. Maka dari itu para mahasiswa memberikan pengetahuan mulai dari apa itu digitalisasi, jenis-jenis digitalisasi, kelebihan, manfaat, pengenalan website untuk menampung para UMKM di Desa Bening, pemetaan usaha, pengenalan platform penjualan online, pembuatan akun, pengoperasian aplikasi penjualan online, pentingnya manajemen penjadwalan, pentingnya melakukan pencatatan keuangan, manfaat, hingga pelatihan cara pengoperasian pencatatan keuangan.

Dalam era digital saat ini, pengembangan dan pemberdayaan UMKM berbasis platform digital online sangat penting. Melalui platform ini, UMKM dapat mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efisien, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan aksesibilitas produk atau layanan mereka. Namun, untuk mencapai kesuksesan, penting bagi pengembang untuk memperhatikan faktor-faktor seperti aksesibilitas, pelatihan, keamanan data, pemasaran, dan integrasi dengan layanan keuangan. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, pengembangan platform digital online dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pertumbuhan dan pemberdayaan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Supardi, S., & Sulistyorini, E. (2020). PEMBUATAN KOMPOS ANAEROB DENGAN MENGGUNAKAN KOMPOSTER SEDERHANA YANG DITERAPKAN DI DUSUN SIDOMULYO. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 148-154.
- [2] A. T. Mumtaz and M. Karmilah, "Digitalisasi Wisata di Desa Wisata," *Jurnal Kajian Ruang*, vol. 1, no. 1, 2021.
- [3] E. P. Ningrum, T. Yoganingsih, N. Ratriningtyas, W. Winarso, and N. W. Setyawati, "Pelatihan pembukuan sederhana, sosialisasi perpajakan dan pengelolaan manajemen bagi UMKM ibu-ibu catering Perumahan Jatimulya RW. 012," *Jurnal ABDIMAS (Pengabdian kepada Masyarakat) UBJ*, vol. 2, no. 2, 2019.
- [4] A. B. Swari and U. Pristiana, "Pengaruh Makro Ekonomi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sub Sektor Kontruksi dan Bangunan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018," *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17)*, vol. 5, no. 2, pp. 107–127, 2020.
- [5] D. E. Harmadji *et al.*, "Akuntansi Manajemen," *Penerbit Tahta Media*, 2023.
- [6] S. Riyadi, *Akuntansi Manajemen*. Zifatama Jawara, 2017.
- [7] J. Y. T. Gultom and L. Sulistyowati, "Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus pada UMKM Satria di Kecamatan Kedawung, Kabupaten Cirebon)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, vol. 5, no. 1, pp. 961–972, 2019.

- [8] S. Mujanah, A. Maqsudi, and H. Seputro, “Penerapan teknologi tepat guna bagi kelompok usaha kecil jamu tradisional di Kecamatan Sampang Madura,” *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 01, 2014.
- [9] N. Riyadi and S. Mujanah, “Strategi Pemasaran dan Pendampingan Manajemen Usaha Kelompok Usaha Kecil Kerupuk di Kenjeran Kota Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, vol. 3, no. 1, 2021.
- [10] A. Rohimah, “Era digitalisasi media pemasaran online dalam gugurnya pasar ritel konvensional,” *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 6, no. 2, pp. 91–100, 2018.
- [11] H. Wijoyo *et al.*, “Digitalisasi umkm.” Penerbit Insan Cendikia Mandiri, 2020.
- [12] A. G. E. W. Wuryantai, “Digitalisasi masyarakat: Menilik kekuatan dan kelemahan dinamika era informasi digital dan masyarakat informasi,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 1, no. 2, 2004.
- [13] N. Indriantoro, “Transformasi Organisasi dengan Teknologi Informasi sebagai Enabler,” *Journal of Indonesian Economy and Business (JIEB)*, vol. 11, no. 1, 1996.
- [14] S. Mujanah, “Manajemen kompensasi.” CV. Putra Media Nusantara (PMN), 2019.
- [15] Mochammad Fredy, “Digitalisasi Desa Wisata Melalui Pengelolaan Website,” *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*, pp. 790-797, 2023.
- [16] Kominfo.go.id, “Pemerintah Dorong Peningkatan Digitalisasi UMKM dan Usaha Kreatif,” <https://www.kominfo.go.id/content/detail/47841/pemerintah-dorong-peningkatan-digitalisasi-umkm-dan-usaha-kreatif/0/berita>, 09 Maret 2023.
- [17] M. Subekti, “Pengembangan Model E-Bisnis di Indonesia,” *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, vol. 5, no. 2, pp. 925–938, 2014.