

Pendampingan Pemanfaatan Tools Automasi Penjualan bagi Kelompok UMKM di Desa Cimara Kecamatan Cisarua Kabupaten Sumedang

Assistance in the Use of Sales Automation Tools for MSME Groups in Cimara Village, Cisarua District, Sumedang Regency

Eem Nurnawati¹, Sabaruddin², Helianus Rudianto³, Meisya Alifa Sephira⁴

^{1,2,3,4} Institut Pemerintahan Dalam Negeri

Penulis Korespondensi

Eem Nurnawati
eemnurnawati@gmail.com

Abstrak

Pelaku UMKM di Desa Cimara memiliki berbagai produk usaha dari berbagai kategori mulai dari kuliner hingga kerajinan tangan. Namun, masih terdapat permasalahan yang dihadapi oleh kelompok UMKM di Desa Cimara adalah berkaitan dengan modal, pemasaran, dan waktu. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk melakukan pendampingan pemanfaatan tools automasi penjualan bagi kelompok UMKM di Desa Cimara Kecamatan Cisarua Kabupaten Sumedang. Metode yang digunakan adalah interaktif dan partisipatif melalui kegiatan ceramah, diskusi, dan praktik pendampingan kepada peserta pelaku UMKM. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan bagi pelaku UMKM setelah kegiatan PKM dilakukan. Peserta dapat memanfaatkan tiga tools automasi dalam proses operasional UMKM. Ketiga aplikasi tersebut diharapkan dapat mendorong efektifitas dan efisiensi dalam pengelolaan usaha/bisnis yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Cimara.

Kata Kunci

Tools Automasi Penjualan, Photoroom, App Selly, BukuWarung, Digitalisasi UMKM.



This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Abstract

MSME operators in Cimara Village offer a diverse range of products, spanning categories from culinary items to handicrafts. However, these MSME groups still face challenges regarding capital, marketing, and time management. This community service initiative aimed to provide guidance on utilizing sales automation tools for MSME groups in Cimara Village, Cisarua District, Sumedang Regency. An interactive and participatory approach was employed, incorporating lectures, discussions, and hands-on guidance sessions for the MSME participants. The results indicate an improvement in the participants' knowledge and skills following the program. Participants are now able to utilize three specific automation tools in their operational processes. These applications are expected to enhance the effectiveness and efficiency of business management for MSME operators in Cimara Village.

Keywords

Sales Automation Tools, Photoroom, Selly App, BukuWarung, MSME Digitalization.

1. Pendahuluan

Sektor usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan pilar utama perekonomian nasional di Indonesia yang dinilai mampu menyerap tenaga kerja dan menggerakkan perekonomian pedesaan (Muharir, 2024). Keberadaan para pelaku usaha memiliki peran strategis sebagai motor penggerak digitalisasi desa dan pencipta lapangan kerja mandiri (Satria et al., 2025). Keberadaan UMKM di desa dapat membuka peluang bagi Masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya. Dengan demikian, pemerintah desa merupakan aktor utama yang menggerakkan masyarakat agar mau berdaya dan berupaya meningkatkan kesejahteraan diri dan keluarganya.

Desa Cimara Kecamatan Cisarua Kabupaten Sumedang merupakan salah satu desa yang memiliki potensi UMKM yang sangat beragam, mulai dari komoditas kuliner, produk hortikultura, hidroponik, hingga kerajinan tangan. Berdasarkan observasi dan pemetaan awal di Desa Cimara, terlihat bahwa keragaman komoditas yang ada memiliki daya tarik pasar yang cukup tinggi. Namun pengelolaan yang masih bersifat konvensional membuat potensi ekonomi tersebut belum terkelola secara maksimal. Merujuk pada hasil survey yang dilakukan oleh penulis, diketahui bahwa terdapat dua permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat, yaitu permasalahan waktu dan keterbatasan modal. Dua item permasalahan tersebut merupakan dua permasalahan terbesar yang dihadapi oleh masyarakat pelaku UMKM di Desa Cimara.



Sumber: Visualisasi NVivo, 2026

Gambar 1. Permasalahan UMKM Desa Cimara

Permasalahan modal menjadi permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM. Selanjutnya munculnya kata “waktu” sebagai permasalahan menegaskan bahwa dibutuhkan automasi operasional bisnis/usaha bagi UMKM Desa Cimara. Pelaku UMKM menghabiskan terlalu banyak waktu untuk pekerjaan yang berulang. Oleh karena itu intervensi teknologi yang mampu menghemat waktu layanan menjadi perlu untuk dilakukan. Kelompok kata kunci “pemasaran”, “promosi”, “emasan”, “saingan” menunjukkan bahwa daya saing produk UMKM masih terkendala oleh tampilan visual yang belum menarik. Sebagian besar produk UMKM belum memiliki branding yang memadai. Oleh karena itu digitalisasi visual menjadi salah satu kunci untuk mendorong peningkatan nilai tambah produk usaha UMKM di Desa Cimara tersebut.

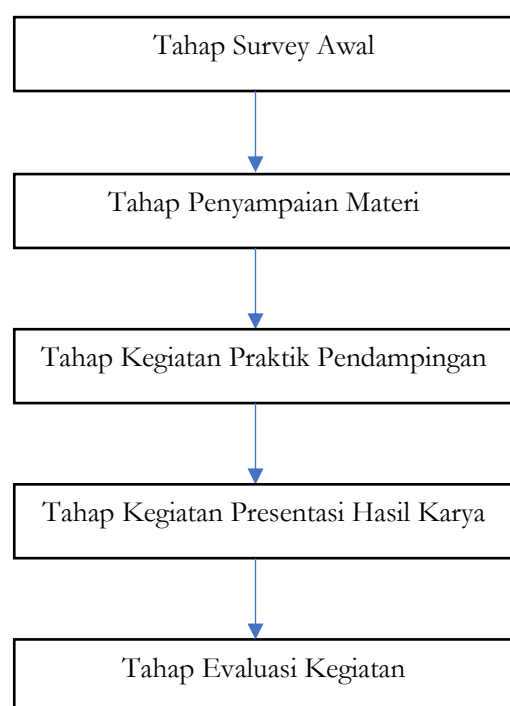
Kegiatan PKM yang berfokus pada digitalisasi dan pemasaran cukup banyak dilakukan. Sebagaimana kegiatan yang dilakukan oleh Syaghani et al. (2025) bahwa pemasaran digital dinilai dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Memperkuat hal tersebut,

Fadhilah & Pratiwi, (2021); Regina et al., (2025) juga menyatakan bahwa pemasaran digital yang tepat dapat mendorong peningkatan penjualan UMKM. Pemasaran digital yang dilanjutkan dengan pembimbingan secara berkala bagi UMKM diharapkan dapat mendorong peningkatan penjualan produk UMKM (Naimah et al., 2020). Salah satu media yang dapat digunakan sebagai media pemasaran bagi UMKM adalah media sosial (Mufidda, 2026; Putri et al., 2025; Vitriani et al., 2026; Widodo & Putri, 2024). Merujuk pada berbagai kegiatan PKM terdahulu, dapat penulis gambarkan bahwa kegiatan PKM ini memiliki perbedaan dari aspek substansi yang menjadi fokus kegiatan. Apabila kegiatan PKM sebelumnya berfokus pada media pemasaran digital, namun pada penelitian ini berfokus pada kesiapan pelaku UMKM dalam mempersiapkan konten produk secara digital agar visualisasi promosi bisa lebih menarik. Di samping itu, kegiatan pengabdian ini pun tidak hanya berfokus pada satu tools automasi yang dapat mendukung usaha/bisnis pelaku UMKM, tetapi terdapat tiga tools yang akan diperkenalkan dan dipraktikkan kepada pelaku UMKM, yaitu mulai dari aplikasi yang membantu visualisasi konten produk, pencatatan keuangan otomatis, dan interaksi dengan konsumen secara otomatis. Adapun tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk melakukan pendampingan Pemanfaatan tools automasi penjualan bagi kelompok UMKM di Desa Cimara Kecamatan Cisarua Kabupaten Sumedang.

2. Metode

Kegiatan PKM dilaksanakan di Desa Cimara Kecamatan Cisarua Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat. Mitra sasaran kegiatan PKM adalah pelaku UMKM di Desa Cimara yang menjalankan usaha/bisnis dari berbagai sektor. Metode pelaksanaan PKM dirancang menggunakan pendekatan interaktif dan partisipatif. Tim PKM melakukan interaksi dua arah melalui ceramah dan diskusi kepada peserta. Peserta pun turut berpartisipasi aktif dalam kegiatan praktik dan pendampingan yang dilakukan selama kegiatan. Tahapan kegiatan diawali oleh survey atau pendataan awal tentang kondisi umum pelaku UMKM. Tahap awal ini merupakan fondasi utama dalam rangka memastikan kegiatan pendampingan yang dilakukan dapat terselenggara sesuai dengan kebutuhan riil di lapangan. Proses pendataan yang dilakukan meliputi tim pengabdian menemui para pelaku UMKM untuk menggali informasi mendalam mengenai profil usaha,

jenis produk usaha yang dihasilkan, hingga kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Pendataan awal tersebut dilakukan melalui kombinasi pengisian kuesioner dan wawancara semi terstruktur kepada pelaku UMKM di Desa Cimara. Melalui pendekatan humanis dan fleksibel, para pelaku UMKM dapat menceritakan berbagai hambatan yang dihadapi. Seluruh data mentah yang diperoleh dianalisis oleh tim PKM menggunakan perangkat lunak NVivo. Langkah pemetaan tersebut bertujuan untuk mengelompokkan pola permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Merujuk pada permasalahan yang ditemui tersebut, maka tim PKM kemudian menentukan penegasan pada materi pelatihan yang disampaikan ketika di lapangan.



Gambar 2. Tahap Kegiatan PKM

Tahap berikutnya adalah tim PKM memberikan ceramah dengan materi pengenalan tiga tools automasi yang akan digunakan dalam kegiatan PKM. Sesi pembekalan materi tersebut dilaksanakan secara interaktif dan komunikatif agar para pelaku UMKM di Desa Cimara tidak merasa jenuh oleh materi teknis. Tim pengabdian mengawali sesi dengan memaparkan gambaran umum terkait filosofi dari berwirausaha, yang dilanjutkan dengan materi pentingnya efisiensi tata kelola wirausaha di era digital, serta pengenalan alur kerja tiga aplikasi utama, yaitu PhotoRoom, App Selly,

dan BukuWarung. Penyampaian materi juga diimbangi dengan kegiatan Quizz yang berhadiah souvenir menarik bagi peserta agar suasana tetap menyenangkan. Penyampaian materi difokuskan pada manfaat praktis yang langsung menyentuh kebutuhan harian dari pelaku UMKM. Tim PKM memperlihatkan simulasi sederhana bagaimana PhotoRoom mampu mengubah foto produk biasa menjadi poster promosi berstandar studio secara instan, bagaimana Selly mdapat mempercepat balasan pesan dan pembuatan pembayaran otomatis melalui Whatsapp, serta bagaimana BukuWarung membantu memisahkan kas pribadi dari kas usaha secara rapi dan sistematis. Melalui peragaan tersebut, para peserta diajak untuk melihat secara nyata bahwa teknologi digital tidak selalu rumit dan memungkinkan untuk diterapkan meskipun hanya melalui smartphone.

Tahap selanjutnya adalah kegiatan praktik, pendampingan, dan presentasi hasil karya konten produk yang telah dilakukan oleh peserta PKM. Sesi berikutnya ebih banyak mengedepankan interaksi dengan peserta PKM. Tim PKM menyediakan ruang bagi pelaku UMKM untuk berinovasi dan berkreasi yang kemudian dipresentasikan di hadapan peserta lainnya. Kegiatan pendampingan tidak dilakukan secara searah melainkan berfokus pada aktivitas mandiri yang menyenangkan, dimana pra peserta diajak mengeksplorasi potensi visual dari produk usaha para pelaku UMKM masing-masiig. Pada sesi praktik berlangsung, peserta dipandu untuk melakukan pemotretan produk dengan memanfaatkan Teknik pencahayaan alami di sekitar area kegiatan. Foto produk mentah tersebut kemudian diproses secara mandiri menggunakan aplikasi PhotoRoom untuk memberikan latar belakang yang natural dan menyisipkan template promosi yang menarik. Bersamaan dengan proses tersebut, tim pengabdian memberikan pendampingan personal untuk membantu setiap peserta mempraktekkan papan ketik App Selly guna mempercepat transaksi balasan obrolan, serta membimbing penginputan transaksi keuangan harian dan pemisahan kas pada aplikasi BukuWarung. Rangkaian kegiatan diakhiri dengan sesi unjuk karya mandiri (peer presentation), di mana setiap peserta mempresentasikan hasil poster promosi digital dan simulasi pencatatan kas yang telah diselesaikan di depan forum. Sesi saling apresiasi diharapkan tidak hanya menjadi sarana untuk menguji tingkat penguasaan aplikasi secara teknis, tetapi juga terbukti ampuh membangun rasa percaya diri dan kebanggaan para

wirausahawan terhadap brand produk usaha masing-masing.

Berikutnya adalah tahap evaluasi dan pengukuran dampak kegiatan PKM yang dilakukan berdasarkan aspek kuantitatif melalui pengisian Google Form dan aspek kualitatif melalui kegiatan praktik dan presentasi hasil kegiatan pendampingan. Kegiatan evaluasi menjadi tahap yang penting untuk dilakukan oleh tim pengabdian untuk mengukur sejauh mana tingkat efektivitas, ketercapaian target, serta perubahan nyata yang dialami oleh para pelaku UMKM Desa Cimara setelah mengikuti rangkaian program. Pengukuran aspek kuantitatif dilakukan dengan membandingkan hasil kuesioner pre-test dan post-test yang disebarakan secara digital melalui Google Form sebelum dan sesudah intervensi program. Instrumen tersebut dirancang untuk menilai secara objektif lonjakan tingkat pemahaman para pelaku UMKM, peningkatan literasi digital, hingga frekuensi penggunaan aplikasi PhotoRoom, App Selly, dan BukuWarung. Hasil yang diperoleh dari Google Form diharapkan dapat memberikan gambaran terukur mengenai dampak kegiatan PKM. Sementara itu, pengukuran aspek kualitatif digali secara langsung melalui pengamatan komprehensif saat sesi praktik mandiri dan unjuk karya presentasi. Tim pengabdian mengamati tingkat kemandirian peserta dalam mengoperasikan aplikasi tanpa bantuan, estetika visual dari poster produk yang dihasilkan, serta rasa percaya diri peserta saat menyampaikan materi promosi dan laporan kas digital di depan publik. Kombinasi analisis kuantitatif dan kualitatif diharapkan dapat menghasilkan kesimpulan yang utuh dan berimbang mengenai keberhasilan program pendampingan secara menyeluruh.

3. Hasil dan Pembahasan

1) Pemetaan Kondisi Awal

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cimara Kecamatan Cisarua Kabupaten Sumedang diawali dengan pemetaan komprehensif terkait kondisi sosial ekonomi dan karakteristik dari kelompok UMKM tersebut. Pemetaan yang dilakukan bertujuan untuk melakukan identifikasi tingkat kesiapan digital dan memetakan akar permasalahan yang menjadi kendala dalam pemberdayaan UMKM di Desa Cimara.

1.1. Profil Pelaku UMKM di Desa Cimara Kecamatan Cisarua Kabupaten Sumedang

Berdasarkan pendataan awal yang dihimpun oleh penulis, maka diketahui bahwa sebagian besar peserta UMKM, yaitu sekitar 68,8 persen merupakan pelaku usaha aktif yang menjalankan bisnis atau usahanya sebagai sumber penghasilan utama maupun usaha sampingan. Sektor usaha yang dimiliki oleh para pelaku UMKM di Desa Cimara termasuk ke dalam kategori yang cukup beragam, namun didominasi oleh industri olahan makanan dan minuman atau usaha di bidang kuliner. Misalnya usaha keripik usus, nasi kuning, camilan olahan khas, dan produk olahan pertanian hidroponik. Di samping itu, terdapat pula unit usaha di bidang jasa dan kerajinan tangan (*handicraft*).

Apabila melihat dari kapasitas finansial, maka diketahui bahwa peta omzet pelaku usaha di Desa Cimara belum berkembang besar. Rentang keuntungan atau hasil penjualan harian peserta berada pada kisaran Rp. 50.000 hingga Rp. 300.000 per hari, dengan rata-rata omzet bulanan berkisar antara Rp. 1.000.000 hingga Rp. 5.000.000. Meskipun angkat tersebut menunjukkan adanya potensi perputaran ekonomi yang konstan pada level desa, namun kapasitas pendapatan tersebut masih sulit ditingkatkan karena keterbatasanjangkauan pasar dan efisiensi pengelolaan usaha.

1.2. Analisis Kendala Usaha

Berdasarkan hasil pemetaan, terdapat kekuatan dan kelemahan dari produk usaha para pelaku UMKM di Desa Cimara Kecamatan Cisarua Kabupaten Sumedang. Lebih lanjut dapat dilihat pada uraian berikut.

Sebagian besar pelaku usaha di bidang kuliner dan minuman merasa yakin dengan produk yang dijual. Jawaban peserta PKM didominasi oleh keunggulan cita rasa (seperti “rasa makanan yang enak”, “rasa unik”, “citarasa tetap”, dan “rasa yang kgas berbeda dari minuman lainnya”. Di sisi lain, pada unit usaha pertanian/hidroponik dan olahan makanan, para peserta menekankan kekuatan pada kesegaran dan ketersediaan bahan baku (seperti “leboh fresh, kualitas terjamin baik karena sudah di sortasi” dan “bahan baku berkualitas. Adapun kekuatan lainnya sebagaimana disampaikan oleh peserta pelaku UMKM bahwa sebagian peserta menonjolkan fleksibilitas usaha, seperti harga jual yang lebih terjangkau dibandingkan kompetitor dan kemauan untuk menerima pesanan khusus.

Selanjutnya, meskipun cita rasa unggul, peserta menyatakan bahwa kelemahan paroduk terletak pada aspek visual dan pengemasan, sehingga mengakibatkan produk kalah bersaing dengan kompetitor. Kelemahan lainnya adalah minimnya aktivitas pemasaran sehingga peserta merasa produk yang dijual menjadi sulit dikenal luas karena belum mempromosikannya secara digital. Adapun produk makanan dan minuman olahan memiliki kelemahan fisik berupa daya tahan yang singkat serta variasi menu/produk yang masih terbatas. Beberapa pelaku usaha menyatakan bahwa kelemahan terletak pada alur kerja operasional yang membutuhkan banyak waktu dalam proses persiapan.

2) Pelaksanaan Kegiatan PKM

Tahap pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan melalui metode ceramah interaktif yang berisikan materi pengenalan tiga aplikasi utama yang dapat dimanfaatkan bagi pelaku UMKM di Desa Cimara. Setelah kegiatan tersebut selesai dilakukan, Tim PKM melakukan pendampingan praktik bagi peserta pelaku UMKM untuk mengaplikasikan ketiga aplikasi utama tersebut. Selanjutnya, peserta pun melakukan presentasi terkait hasil praktik yang telah dilakukan sehingga peserta dapat lebih mengenal dan memahami kegiatan PKM.



Gambar 3. Kegiatan Diskusi setelah Penyampaian Materi

Gambar tersebut menunjukkan bahwa peserta UMKM antusias dalam mendengarkan materi. Sebelum kegiatan praktik dilakukan, maka peserta terlebih dahulu dibekali pemahaman mengenai mengapa suatu usaha/bisnis membutuhkan automasi. Sesi tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman baru bagi peserta berkaitan dengan persepsi peserta yang semula menganggap aplikasi digital rumit menjadi sebuah

kebutuhan sehari-hari dalam menjalankan usaha/bisnis karena mudah diakses. Tim PKM berupaya untuk berinteraksi dengan peserta PKM dan melakukan diskusi tanya jawab. Peserta diberikan ruang untuk menyampaikan kendala yang dihadapi dan tim PKM pun berupaya memberikan solusi.

a. Urgensi Automasi Penjualan bagi UMKM Pedesaan

Mengutip pendapat Astuti et al. (2025) bahwa digitalisasi merupakan faktor strategis dalam mendorong perkembangan UMKM. Digitalisasi dapat dilakukan sebagai upaya mewujudkan transparansi dan kemudahan bagi masyarakat (Ardiansyi & Nurrahman, 2025; Basri & Nurrahman, 2025; Loli & Nurrahman, 2025). Penggunaan perangkat digital tidak lagi sekedar media komunikasi melainkan dapat dimanfaatkan sebagai otomatisasi alur kerja. Bagi kelompok UMKM di Desa Cimara, keterbatasan sumber daya manusia dan waktu dapat menjadi kendala dalam pengelolaan aspek pemasaran dan administrasi secara bersamaan. Dengan demikian, pendampingan kegiatan PKM ini difokuskan pada pengenalan dan penerapan tools automasi penjualan berbasis smartphone.

Automasi yang dilakukan tidak serta merta menggantikan peran dari pelaku usaha, tetapi mendorong efektifitas dan efisiensi. Penggunaan teknologi dalam program pengabdian ini diposisikan sebagai alat bantu (*enabler*) yang memangkas beban kerja operasional yang bersifat teknis dan berulang. Dengan begitu, para pelaku UMKM di Desa Cimara tidak kehilangan kendali atas bisnisnya, melainkan justru mendapatkan ruang dan waktu lebih banyak untuk berfokus pada hal-hal strategis, seperti inovasi rasa produk, pengembangan varian baru, serta perencanaan ekspansi pasar.

Kehadiran fitur-fitur pintar seperti pemotong latar belakang otomatis pada PhotoRoom, templat balasan pesan pada App Selly, hingga rekapitulasi transaksi harian pada BukuWarung sejatinya dirancang untuk melengkapi keterbatasan sumber daya manusia yang kerap dialami oleh usaha skala mikro. Pelaku usaha tidak lagi harus menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk mendesain satu poster promosi atau menghitung ulang biaya pengiriman secara manual. Automasi tersebut mengambil alih kerumitan proses tersebut, sehingga operasional harian berjalan jauh lebih cepat, presisi, dan minim potensi kesalahan (*human error*).

Sinergi antara inovasi manusia dan kepraktisan teknologi diharapkan dapat melahirkan standar kerja

baru yang lebih profesional bagi UMKM pedesaan. Pelaku usaha tetap memegang kendali penuh atas keputusan bisnis dan relasi hangat dengan pelanggan, sementara sistem automasi bekerja di balik layar untuk memastikan seluruh proses pemasaran dan pencatatan keuangan dapat dieksekusi secara instan dari genggaman smartphone.

Kegiatan administrasi yang membutuhkan banyak waktu dapat dipangkas secara otomatis dengan pemanfaatan teknologi. Berbagai pendapat dari para ahli telah sepakat bahwa otomasi yang memanfaatkan teknologi dapat mewujudkan efisiensi tata kelola (Barata et al., 2026; Pandhito et al., 2026). Bahkan, menurut Deha (2024); Yani & Alimsyah (2025) pemanfaatan teknologi dapat mendorong peningkatan akurasi administrasi. Lebih spesifik, pada pemanfaatan teknologi AI dapat mewujudkan transformasi digital yang efektif dan efisien (Soegiarto et al., 2025).

b. Pendampingan Tiga Aplikasi Utama

Pendampingan kegiatan PKM dilaksanakan dengan memanfaatkan tiga aplikasi utama yaitu aplikasi Photoroom, BukuWarung, dan AppSelly. Kegiatan PKM diharapkan dapat mengintegrasikan ketiga aplikasi tersebut untuk mendorong penyelesaian masalah visual, transaksi yang memakan waktu lama, dan pencatatan kas harian bagi pelaku UMKM di Desa Cimara.

i. Photoroom

Penggunaan aplikasi Photoroom difokuskan untuk menyelesaikan permasalahan peserta terkait keterbatasan kualitas foto dan kemasan produk usaha yang dimiliki. Melalui teknologi berbasis *Artificial Intelligence* (AI) pada Photoroom, peserta dapat memisahkan objek produk utama dari latar belakang yang acak atau gelap hanya dengan satu kali ketukan. Pada kegiatan PKM, peserta akan dikenalkan dengan aplikasi Photoroom dan akan diajarkan memilih latarbelakang studio virtual untuk memberikan Kesan profesional pada produk usaha yang dimiliki oleh peserta PKM. Peserta diberikan kemudahan dalam penggunaannya karena telah tersedia fitur template poster digital di dalam aplikasi yang dapat dimanfaatkan oleh peserta untuk menambahkan teks untuk kualitas produk, harga, atau menambahkan logo bisnis/usaha secara instan/otomatis tanpa perlu memiliki keterampilan bidang desain grafis.

ii. App Selly

App Selly dapat dimanfaatkan sebagai instrumen automasi dalam berkomunikasi dengan calon konsumen. Peserta PKM dapat mengunggah dan menyimpan draf teks informasi produk, nomor rekening bank/e-wallet, dan format pemesanan. Saat memberikan balasan pesan dari calon konsumen di WhatsApp, maka peserta tidak perlu mengetik ulang, tetapi cukup memanggil teks otomatis melalui keyboard Selly tersebut. Aplikasi tersebut dapat mengintegrasikan data berbagai jasa ekspedisi. Di samping itu, peserta juga dapat memeriksa tarif ongkos kirim langsung dari keyboard tanpa harus berpindah aplikasi atau membuka browser lainnya. Sistem di dalam App Selly memberikan banyak kemudahan bagi pelaku UMKM di Desa Cimara karena melalui aplikasi tersebut, dapat memungkinkan pembuatan tagihan dan rekapitulasi pesanan secara otomatis yang langsung terkirim dalam bentuk format rapi kepada calon konsumen.

Hasil kegiatan PKM ini memperkuat pendapat Atmojo & Kusumo (2022) bahwa terjadi pemanfaatan teknologi informasi dapat memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku UMKM. Bahkan melalui strategi inovasi yang memanfaatkan digitalisasi teknologi, maka tantangan dan peluang pertumbuhan UMKM dapat diatasi (Pratama et al, 2024). Meski demikian, di sisi lain masih terdapat berbagai keterbatasan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi tersebut (Anaqi et al., 2023). Sehingga tim PKM pun melakukan kegiatan pendampingan ini untuk memfasilitasi kesenjangan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Cimara dalam kegiatan berwirausaha secara digital.

iii. BukuWarung

Selanjutnya dalam rangka membenari manajemen keuangan bagi pelaku UMKM di Desa Cimara, maka peserta diperkenalkan dengan aplikasi BukuWarung. Peserta diarahkan untuk mencatatkan setiap arus masuk (penjualan) dan arus keluar (pembelian bahan baku/operasional) secara terpisah dari pengeluaran rumah tangga. Melalui aplikasi BukuWarung, maka seluruh data transaksi dapat diolah secara otomatis untuk menghasilkan ringkasan saldo harian, mingguan, dan bulanan. Bagi pelaku UMKM yang memiliki system pembayaran tempo/kasbon, maka aplikasi BukuWarung dapat mengirimkan pesan pengingat tagihan otomatis melalui WhatsApp kepada konsumen secara sopan dan terintegrasi.

3) Analisis Praktik Kegiatan PKM

Keberhasilan kegiatan PKM yang diharapkan tidak hanya diukur dari perubahan *mindset* pelaku UMKM terkait kemudahan teknologi tetapi juga melalui pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman dan praktik langsung, diharapkan peserta dapat lebih memahami tahapan automasi penjualan yang dilakukan.

a. Praktik Fotografi Produk

Pada sesi awal praktik, peserta diajak keluar dari *mindset* fotografi konvensional yang identic dengan biaya mahal. Bertempat di Aula Desa Cimaram peserta mempraktikkan langsung Teknik pemotretan produk menggunakan smartphone masing-masing dengan mengoptimalkan pencahayaan alami.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Gambar 4. Praktik Pengambilan Foto Produk menggunakan Teknik Pencahayaan Alami oleh Peserta PKM

Gambar tersebut menunjukkan peserta sedang melakukan praktik pengambilan foto produk makanan ringan dan kemasan olahan tepat di samping jendela ruangan Aula Desa Cimara. Teknik pencahayaan jendela (*window lighting*) tersebut dipilih sebagai solusi yang efisien bagi UMKM desa. Sinar matahari tidak langsung (*soft light*) diharapkan mampu meratakan bayangan dan memunculkan detail foto produk tanpa perlu alat studio yang mahal.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Gambar 5. Eksplorasi Sudut Pengambilan Gambar Tegak Lurus (Flat Lay/Top-Down Angle) Pada Produk Aksesoris Bunga.

Gambar tersebut menunjukkan bahwa peserta PKM mempraktikkan pemotretan foto produk kerajinan tangan. Dengan memanfaatkan permukaan kursi plastic berwarna hijau sebagai alas sementara dan pencahayaan alami di dalam ruangan, peserta mengarahkan kamera dari sudut atas. Hal tersebut membuktikan bahwa keterbatasan peralatan studio professional bukan lagi hambatan utama bagi pelaku usaha di Desa Cimara untuk menghasilkan dokumentasi produk yang memadai. Berikutnya, peserta lainnya mempraktikkan sudut *flat lay (top-down angle)* untuk mengambil objek produk. Sudut tegak lurus tersebut dapat efektif untuk menonjolkan detail susunan estetik, kombinasi warna, dan bentuk simetris dari produk kerajinan tangan tanpa terganggu bayangan yang berlebihan. Setelah mempraktikkan foto produk secara langsung dan mengumpulkan hasil foto produk mentah tersebut, peserta dibimbing secara intensif untuk melakukan proses pengeditan dan pembersihan latar belakang secara otomatis menggunakan aplikasi Photoroom.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Gambar 6. Pendampingan Intensif Oleh Tim PKM Dalam Melakukan Penyuntingan Photoroom Pada Smartphone Peserta (Kiri). Praktik Pematangan Latar Belakang Otomatis (Kanan).



Gambar 6. menunjukkan bahwa peserta memproses foto produk menggunakan Photoroom. Terlihat jelas bahwa algoritma AI pada Photoroom mampu memisahkan objek utama produk dari latar belakang/*background* tempat duduk/kursi Aula Kantor Desa Cimara secara presisi. Praktik tersebut memberikan pengalaman nyata bagi peserta bahwa membuat foto produk bersih dengan *white background* kini dapat dilakukan secara otomatis meskipun peserta belum memiliki keterampilan desain grafis. Di sisi lain, gambar tersebut menunjukkan bahwa tim PKM memberikan pendampingan dan bimbingan tahapan demi tahapan kepada peserta PKM, serta memperkenalkan secara spesifik fitur-fitur yang terdapat pada Photoroom. Pendampingan tersebut diharapkan dapat membangun kepercayaan diri peserta yang awalnya tergolong belum melek teknologi secara memadai.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Gambar 7. Simulasi Penggunaan Keyboard Instan App Selly (kiri). Praktik Pencatatan Transaksi Pemasukan dan Pengeluaran Harian pada Aplikasi BukuWarung (kanan).



Gambar tersebut menunjukkan bahwa peserta dapat mempraktikkan dan menyusun format autotext pemesanan dan mengecek tarif ekspedisi langsung dari *keyboard* obrolan Whatsapp (App Selly). Sementara itu, pada praktik BukuWarung, peserta belajar untuk memisahkan dana pribadi dan usaha dengan cara menginput setiap pengeluaran bahan baku serta penerimaan hasil penjualan harian, sehingga laporan laba/rugi bersih dapat dipantau secara otomatis.

b. Presentasi Peserta

Rangkaian kegiatan PKM ditutup dengan sesi presentasi dari peserta PKM. Peserta mampu memproyeksikan poster promosi dan katalog digital yang telah diselesaikan melalui pemanfaatan teknologi.



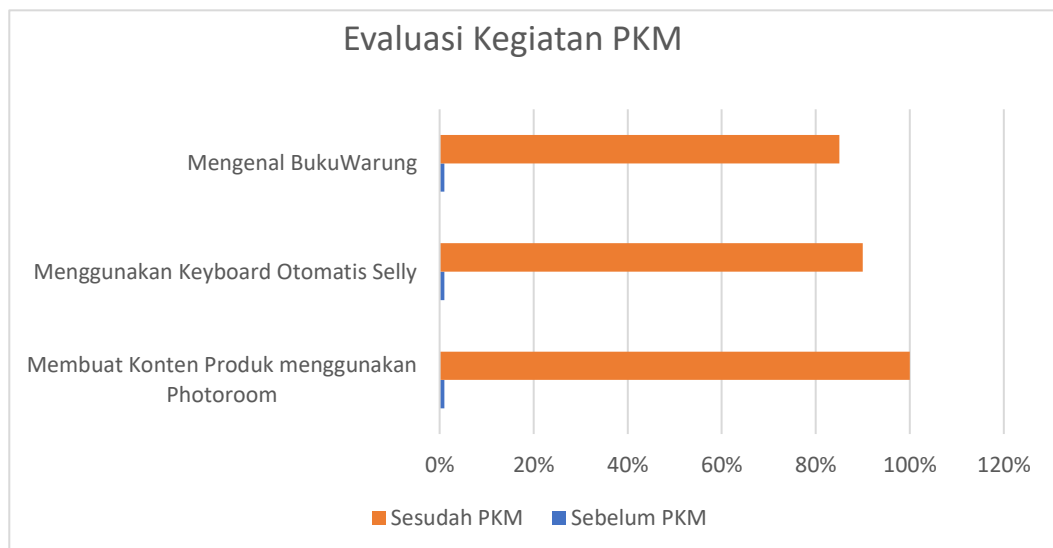
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Gambar 8. Sesi Pemaparan Poster Promosi dan Katalog Digital Oleh Peserta UMKM

Sesi presentasi hasil kegiatan praktik yang dilakukan peserta menunjukkan respon yang positif. Karya yang dipresentasikan menunjukkan transformasi drastic dari foto produk polos menjadi materi promosi bernilai jual tinggi lengkap dengan identitas merek dan harga dari produk usaha tersebut. Ruang diskusi interaktif antar peserta juga menumbuhkan iklim belajar kolaboratif dan diharapkan dapat mengasah kemampuan komunikasi bisnis bagi pelaku UMKM di Desa Cimara tersebut.

4) Evaluasi Dampak dan Keberlanjutan Program

Evaluasi merupakan tahapan penting dalam kegiatan PKM untuk mengukur tingkat keberhasilan dan sejauhmana perubahan dapat dirasakan manfaatnya bagi masyarakat, khususnya bagi pelaku UMKM di Desa Cimara. Evaluasi para kegiatan PKM dilakukan melalui pendekatan kuantitatif (pre-test dan post-test) dan kualitatif (kegiatan praktik dan wawancara kepada peserta pasca kegiatan pendampingan).



Sumber: Olahan data, 2026

Gambar 9. Evaluasi Kegiatan PKM

Sebelum dilakukannya pendampingan, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Cimara memotret produk secara seadanya dengan latar belakang pencahayaan yang redup dan tidak beraturan. Kondisi tersebut menyebabkan nilai keindahan produk menurun ketika dipasarkan di media sosial. Melalui pemanfaatan aplikasi Photoroom yang memanfaatkan teknologi AI untuk pemotongan latar belakang otomatis, terjadi peningkatan signifikan yaitu sebesar 100 persen dalam kemampuan peserta menghasilkan konten produk yang lebih menarik. Penggunaan foto produk berlatar putih bersih dan adanya tambahan elemen teks promosi diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual produk usaha pelaku UMKM di Desa Cimara. Hal tersebut sejalan dengan temuan Verdiana et al. (2023) yang menegaskan bahwa integrasi kecerdasan buatan mampu mengoptimalkan daya saing.

Salah satu hambatan utama UMKM dalam merespons calon konsumen adalah lambatnya proses pengetikan pesan, perhitungan manual biaya kirim, dan pembuatan bukti pembayaran. Sebelum adanya program PKM, peserta membutuhkan waktu rata-rata 5-10 menit untuk melayani satu obrolan pemesanan di Whatsapp. Implementasi App Selly memberikan dampak langsung pada efisiensi waktu layanan. Dengan memanfaatkan fitur autotext, cek ongkos kirim instan lintas ekspedisi, serta pembuatan invoice digital otomatis langsung dari papan ketik (keyboard), waktu penanganan transaksi dapat dipangkas hingga di bawah 1 menit. Peningkatan efisiensi operasional ini dirasakan oleh 95 % peserta yang menyatakan bahwa aktivitas komunikasi bisnis/usaha menjadi lebih terstruktur dan hemat tenaga. Kecepatan respons tersebut dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di era digital.

Di sisi lain, sebelum dilaksanakannya kegiatan PKM, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Cimara melakukan pencatatan keuangan usaha/bisnis melalui pencatatan manual. Namun, setelah dilakukan kegiatan pendampingan aplikasi BukuWarung, maka pelaku UMKM bisa memanfaatkannya. Hadirnya aplikasi tersebut mempermudah pelaku UMKM dalam merekam setiap transaksi masuk dan keluar secara real time. Sebanyak 85 % telah mampu memanfaatkan BukuWarung untuk mencatat penjualan harian, memisahkan anggaran belanja modal, serta membaca laporan laba/rugi harian dan bulanan yang dihitung secara terautomasi oleh sistem.

Strategi keberlanjutan program agar dampak positif dari kegiatan PKM tidak berhenti, maka disarankan

untuk dirancang aksi kolaborasi antara Tim PKM dengan Pemerintah Desa Cimara. Hal tersebut memperkuat pendapat dari Harahap et al. (2025) yang menyatakan bahwa aspek kolaborasi dapat dilakukan sebagai salah satu upaya penguatan UMKM, di samping adanya adopsi teknologi dan peran dari aparatur. Tim PKM mengidentifikasi dan membina tiga orang peserta dari kelompok UMKM di Desa Cimara yang memiliki tingkat penguasaan teknologi paling cepat. Kader digital tersebut dapat ditugaskan sebagai tutor sebaya yang bertindak sebagai tempat bertanya dan pendamping teknis bagi para pelaku usaha lain di desa apabila mengalami kendala teknis terkait pemanfaatan aplikasi. Selanjutnya, adanya wadah komunikasi group koordinasi Whatsapp atau Telegram sebagai media konsultasi berkelanjutan antara tim PKM, kader digital, dan seluruh peserta. Melalui grup tersebut, peserta secara rutin dapat membagikan hasil poster produk terbaru, saling memberikan umpan balik, serta berbagi informasi tentang pameran UMKM atau program bantuan usaha baik yang bersumber dari pemerintah maupun dari sektor swasta. Tim PKM dapat menjadwalkan kegiatan monitoring jarak jauh secara berkala pasca kegiatan. Monitoring dilakukan dengan meninjau keaktifan input transaksi di BukuWarung dan konsistensi pembaruan materi promosi di media sosial mitra. Tim PKM juga dapat berkolaborasi dengan Pemerintah Desa Cimara untuk memfasilitasi kegiatan monitoring secara langsung di kantor desa. Melalui kolaborasi yang dilakukan dengan berbagai aktor kolaborasi diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM (Widyawana et al., 2025). Aktor kolaborasi lainnya yang dapat terlibat bisa dari akademisi lainnya, dan sektor bisnis yang juga dapat mendorong penguatan UMKM (Assyfa et al., 2024).

Kegiatan kolaborasi tidak hanya dilakukan secara satu arah dari sisi pemerintah saja. Tetapi juga melibatkan berbagai aktor kolaborasi yang dapat mendukung percepatan peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM di desa. Sebagaimana disampaikan oleh Zainatha et al (2026), bahwa melalui model Triple Helix maka berpotensi dalam mendorong penguatan UMKM melalui literasi keuangan, fasilitasi izin usaha dan akses pasar, hingga produk inovatif yang dapat dikembangkan secara digital. Melalui sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat pun dapat meningkatkan kreativitas Sugiharto et al, (2025). Pemberdayaan UMKM dapat diakselerasi melalui penguatan teknologi informasi, kolaborasi ekonomi, dan media sosial, serta dapat diperkuat sinergi kelembagaan antara pemerintah pusat dan daerah

dengan pendekatan tata kelola kolaboratif (Ibrahim, 2022). Adanya pemanfaatan teknologi dan pembinaan ekosistem kolaboratif maka diharapkan dapat membuka peluang peningkatan ekonomi bagi pelaku UMKM (Farida et al, 2025). Dengan demikian, kegiatan kolaborasi antara pemerintah dengan berbagai aktor kolaborasi lainnya diharapkan dapat memperkuat pemberdayaan pelaku UMKM dan mendorong penguatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sejalan dengan hal tersebut, disebutkan bahwa kolaborasi pemerintah dengan pihak lainnya dapat berperan strategis dalam pengembangan UMKM di berbagai wilayah (Elani et al, 2025; Khaira et al, 2026; Perdana & Martua, 2025).

Di sisi lain, penguatan koordinasi lintas sektor pun perlu dilakukan (Djonathan et al, 2026). Dalam hal ini, koordinasi antara Pemerintah Desa Cimara dan jajarannya, serta koordinasi antara Pemerintah Desa Cimara dengan Dinas Koperasi Kabupaten Sumedang dan Dinas Perdagangan Kabupaten Sumedang, perlu disinergikan ke dalam satu platform yang berkesinambungan, terutama dalam memberdayakan UMKM di Kabupaten Sumedang, dan secara khusus di Desa Cimara. Sinergi tersebut dapat ditindaklanjuti melalui penguatan strategi pemberdayaan UMKM berbasis kapasitas dan kewirausahaan yang berkesinambungan (Hidayatullah et al, 2025).

Kegiatan PKM ini juga menemukan bahwa dalam penerapan kegiatan UMKM bagi pelaku usaha di Desa Cimara dapat memanfaatkan media digital untuk memperoleh berbagai kemudahan. Sebagaimana yang telah dipraktekkan bersama, bahwa pemanfaatan tiga aplikasi utama dalam kegiatan pengabdian ini memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku usaha untuk mewujudkan efektifitas dan efisiensi. Kegiatan PKM ini sejalan dengan kegiatan PKM sebelumnya yang dapat mendorong penguatan aspek pencatatan keuangan berbasis aplikasi (Rahmatika et al, 2025). Hal tersebut sejalan dengan temuan Putri et al (2025) bahwa media digital dapat membangun kedekatan antara pelaku usaha dengan para konsumen yang potensial. Lebih lanjut, melalui pemanfaatan media digital terutama media sosial, dinilai dapat meningkatkan daya saing UMKM sehingga pelaku UMKM semakin berinovasi (Sihura, 2025; Robby & Cahyono, 2025; Aghni & Anzie, 2025). Tidak hanya itu, pemanfaatan media sosial juga dapat meningkatkan visibilitas produk UMKM sehingga pemasaran digital dapat dilakukan secara tepat (Abidin & Muhassanah, 2025). Dengan demikian, pemanfaatan media sosial pun dapat

dimanfaatkan oleh pelaku UMKM Desa Cimara untuk mendorong pemasaran secara digital sehingga dapat berpotensi dalam meningkatkan penjualan. Media sosial yang dimanfaatkan secara tepat dapat memberikan manfaat bagi pertumbuhan usaha pelaku UMKM, terutama dalam peningkatan penjualan produk (Khairani et al., 2025; Akbarona et al., 2025; Mendrofa et al., 2025).

Digitalisasi teknologi bagi pelaku UMKM tidak dapat diabaikan karena memberikan banyak manfaat. Terdapat pengaruh antara pemanfaatan teknologi digital terhadap perkembangan UMKM (Berlilana et al, 2020). Sebagaimana disampaikan oleh Astuti & Wulandari, (2023) bahwa salah satu dampak dari pemanfaatan teknologi adalah berdampak pada pendapatan pelaku UMKM tersebut. Salah satu upayanya adalah melalui pemasaran digital. Setelah menerapkan tiga aplikasi utama sebagai fokus utama kegiatan pengabdian ini, maka selanjutnya pelaku UMKM di Desa Cimara dapat memanfaatkan media digital lainnya sebagai media pemasaran digital. Pemanfaatan pemasaran digital dinilai dapat meningkatkan frekuensi produk yang dapat dijual oleh pelaku UMKM (Febriyantoro & Arisandi, 2018; El Ghifari & Supendi, 2024). Di sisi lain, peran manusia untuk membuat ide dan inovasi konten produk masih dibutuhkan, meskipun pelaku UMKM memanfaatkan media digital (Astuti et al, 2023).

Kegiatan pengabdian ini juga menemukan bahwa komitmen dari pemerintah daerah menjadi salah satu faktor pendorong keberhasilan pemberdayaan UMKM di Kabupaten Sumedang. Salah satunya, sebagaimana dikutip melalui WM (2026) bahwa Pemerintah Kabupaten Sumedang mendorong UMKM melalui program UMKM naik kelas. Pemerintah Daerah memiliki berbagai peran dalam mendorong pemberdayaan UMKM (Nathaniayu & Enggarani, 2026). Peran tersebut dapat meliputi fasilitator, pembinaan, dan pendampingan (Adryana et al, 2026). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Amalia (2025) bahwa peran strategis yang dimiliki oleh pemerintah daerah diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan UMKM, dikarenakan pemerintah daerah dapat menyusun kebijakan yang berorientasi kebutuhan para pelaku UMKM, memperkuat kapasitas kelembagaai, memfasilitasi anggaran bagi pelaku UMKM, dan mendorong penguatan legalisasi usaha dan digitalisasi usaha bagi pelaku UMKM. Adanya UMKM yang diberdayakan secara sistematis diharapkan dapat memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat di

daerah (Ulvasari & Amaliyah, 2025). Pemerintah daerah juga dapat berperan sebagai mediator dalam mempromosikan produk usaha pelaku UMKM (Putri et al, 2025).

4. Kesimpulan

Kegiatan pendampingan pemanfaatan tools automasi bagi kelompok UMKM di Desa Cimara telah terselenggara dengan tertib dan lancar. Penerapan komposisi tiga aplikasi berbasis smartphone berhasil menjawab akar permasalahan mitra secara terpadu. Photoroom terbukti dapat menghasilkan foto katalog produk dan berstandar studio secara otomatis sehingga proses visual branding produk UMKM dapat lebih memadai. App Selly dapat meningkatkan efisiensi waktu operasional dalam merespons calon konsumen melalui otomatisasi pesan, pengecekan biaya pengiriman, dan penerbitan bukti transaksi digital. Adapun BukuWarung memastikan kepastian tata kelola keuangan bisnis/usaha dari para pelaku UMKM di Desa Cimara.

Kegiatan PKM ini merekomendasikan agar para pelaku UMKM secara konsisten mengimplementasikan ketiga aplikasi tersebut untuk mewujudkan efektifitas dan efisiensi. Di samping itu, Pemerintah Desa Cimara dapat memfasilitasi pembentukan komunitas/pojok digital UMKM Desa Cimara sebagai wadah saling dukung antar pelaku usaha. Pemerintah Desa Cimara juga dapat menjalin kemitraan dengan BUMDes atau lembaga keuangan untuk membuka akses permodalan bergulir bagi UMKM. Bagi tim pengabdian selanjutnya, disarankan agar dapat memperluas cakupan materi pada tahap pemasaran pasar digital, seperti pendaftaran toko di Shopee, Tokopedia, atau TikTok Shop, serta memfasilitasi sertifikasi halal dan izin edar agar produk UMKM Desa Cimara dapat menembus pasar ritel modern nasional.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Fakultas Manajemen Pemerintahan IPDN yang telah memfasilitasi anggaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cimara. Ucapan terimakasih juga diberikan untuk Pemerintah Desa Cimara, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Sumedang, khususnya Kepala Desa Cimara beserta jajaran perangkat desa atas izin, sambutan hangat, dan fasilitasi tempat kegiatan. Tim PKM juga menyampaikan terimakasih kepada para pelaku UMKM Desa Cimara sebagai mitra sasaran yang

telah berpartisipasi aktif, antusias, dan kooperatif sepanjang rangkaian pelatihan hingga pendampingan lapangan. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, saran, dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, demi terselenggaranya kegiatan PKM dengan tertib dan lancar.

5. Referensi

- Abidin, Z., & Muhassanah, N. (2025). Peran media sosial dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM. *MUDABBIR: Journal Research and Education Studies*, 5(1). <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v5i1.835>
- Adryana, A., Samosir, R., Paska, A., & Sinaga, K. (2026). Peran Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Sumatera Utara dalam pemberdayaan UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat "Parhobas"*, 1(1), 53–57. <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/jpkmp/article/view/3171>
- Aghni, M. S., & Anzie, L. P. (2025). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia: Tinjauan literatur terbaru. *Jurnal JEBER (Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan)*, 2(3). <https://doi.org/10.69714/am5r6c30>
- Akbarona, D. A., Intan, L. R., Triana, A., & Dila, F. (2025). Peran media sosial dalam strategi digital marketing: Tinjauan sistematis terhadap pengaruhnya di pasar Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 5(4). <https://doi.org/10.59889/embiss.v5i4.409>
- Amalia, A. (2025). Revitalisasi peran pemerintah daerah dalam pemberdayaan UMKM: Kajian literatur atas praktik baik dari Kabupaten Kudus. *Jurnal Ekspos*, 3(1). <https://ejurnal.kuduskab.go.id/index.php/ekspos/article/view/60>
- Anaqi, I., Kurniawan, D., Marcela, T. P., Jorger, D. C. V., Aziz, P. N., Sukmah, N. S. M., & Ariescy, R. R. (2023). Pengembangan digitalisasi marketing usaha UMKM untuk meningkatkan mengembangkan UMKM masyarakat. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.59841/jurai.v1i2.112>

- Ardiansyi, S. G., & Nurrahman, A. (2025). Analisis Kualitas Isi Website Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Di Kabupaten Sambas Provinsi Kalimantan Barat. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jtkp.v7i1.5583>
- Assyfa, A. N., Rahmadanita, A., & Tumija, T. (2024). Collaborative Governance Pada Penyelenggaraan Mal Pelayanan Publik Kabupaten Sumedang. *Jurnal Media Birokrasi*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jmb.v6i2.4637>
- Astuti, A., Mahfudnurnajamuddin, & Imaduddin, I. (2025). Digitalisasi dan Kolaborasi Sebagai Upaya Ketahanan Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 11(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35906/jurm.an.v11i2.2579>
- Astuti, A., Mane, A. A., & Saleh, M. Y. (2023). Peran perkembangan teknologi digital terhadap strategi pemasaran dan distribusi UMKM Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.35965/jbm.v6i1.3788>
- Astuti, W. A., & Wulandari, S. P. (2023). Dampak digital teknologi dalam meningkatkan pendapatan UMKM. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (ICOMSE)*, 4(2). <https://doi.org/10.34010/icomse.v4i2.8309>
- Atmojo, M. E. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8214>
- Barata, M. A., Hambali, R., Prastya, I. W. D., Zulfia, S., & Pribadi, T. (2026). Digitalisasi Tata Kelola Desa Kedungprimpen Melalui Aplikasi Sistem Administrasi Persuratan dan Inventaris Aset. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 11(1). <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jpm/article/view/13243>
- Basri, M. H., & Nurrahman, A. (2025). Analisis Penerapan Smart Governance di Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jtkp.v7i2.5810>
- Berlilana, Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh teknologi informasi Revolusi Industri 4.0 terhadap perkembangan UMKM sektor industri pengolahan. *MATRIX: Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika*, 10(3). <http://dx.doi.org/10.31940/matrix.v10i3.1930>
- Deha, D. (2024). Peran Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Efisiensi Administrasi Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Logistik (JMPL)*, 2(2). <https://ejournal.lemondial.ac.id/index.php/smc/en/article/view/57>
- Djonathan, M. T. (2026). Implementasi program Kurda Sayang dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Sidoarjo. *Public Service and Governance Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.56444/psgi.v7i2.3814>
- Elani, K. A., Pribadi, I. A. P., Sutikno, C., Amanda, A., & Atika, Z. R. (2025). Collaborative governance dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas. *Journal of Community Development and Disaster Management*, 7(1). <https://doi.org/10.37680/jcd.v7i1.6821>
- El Ghifari, L. F., & Supendi, M. (2024). Penerapan strategi digital marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Cafe. *Jurnal Niara*, 16(3). <https://doi.org/10.31849/niara.v16i3.15295>
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1). <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279>
- Farida, E. A., Fathoni, M., Fitria, T. D., & Firdaus, M. A. (2025). Strategi inklusif untuk penguatan UMKM dan optimalisasi peran teknologi dalam meningkatkan daya saing di era digital. *BENEFIT: Journal Of Business, Economics, and Finance*, 3(2). <https://doi.org/10.70437/benefit.v3i2.1159>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1(2). <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>

- Harahap, M. A. K., Apramilda, R., Wahyuningratna, R. N., Husaini, H., Ariyanti, R., & Whisnu, T. W. H. (2025). Peran Kompetensi Sdm, Adopsi Teknologi dan Kolaborasi Dalam Organisasi: Upaya Penguatan UMKM Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1382>
- Hidayatullah, F. A., Kurnia, D., & Nuradhawati, R. (2025). Strategi pemerintah daerah dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Bandung. *Prinsip: Jurnal Mahasiswa Magister Ilmu Pemerintahan*, 2(1), 510–524. <https://doi.org/10.36859/prinsip.v2i1.4755>
- Ibrahim, H. R. (2022). Pemberdayaan usaha mikro kecil menengah melalui pendekatan inovasi sosial dan collaborative governance. *Ilmu dan Budaya*, 43(1), 103–116. <https://doi.org/10.47313/jib.v43i1.1532>
- Khaira, Z. U., Attahira, S., & Afrijal. (2026). Penta helix: Model kolaborasi pemerintah dalam pemberdayaan UMKM sebagai upaya mendukung pariwisata berkelanjutan. *Journal of Governance and Public Administration*, 3(2). <https://doi.org/10.70248/jogapa.v3i2.3702>
- Khairani, N., Adiva, C. T., Hutabarat, R. F. M., & Simorangkir, T. G. (2025). Pengaruh media sosial dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di era digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3). <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19279>
- Loli, Y. A., & Nurrahman, A. (2025). Penguatan Pengelolaan dan Pemanfaatan Website Kelurahan Banguntapan Dalam Mendukung Digitalisasi Layanan Publik. *Community Empowerment: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/commen.v3i2.2059>
- Mendrofa, Y., Ndruru, A. F. J., Halawa, A., Lase, B. I. N., Zebua, I. S. M., Telaumbanua, J., Telaumbanua, P. S., Zendrato, S. N., & Telaumbanua, S. H. (2025). Peran media sosial dalam mempromosikan produk UMKM. *JIPMAS: Jurnal Visi Pengabdian Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/10.51622/pengabdian.v6i2.2869>
- Mufidda, A. (2026). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital UMKM di Era Media Sosial. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 10(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v10i1.6247>
- Muharir. (2024). Transformasi Digital: Implikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Era Teknologi. *Mabsya Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 6(2). <https://doi.org/10.24090/mabsya.v6i2.10445>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Nathaniayu, C. N., & Enggarani, N. S. (2026). *Peran pemerintah daerah dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Surakarta* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. Institutional Repository Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://eprints.ums.ac.id/144452/>
- Pandhito, B. W., Dinata, S. A., Huda, F. A., Uzain, M., & Karim, M. (2026). Otomasi Administrasi Publik Tingkat Mikrososial: Optimalisasi Microsoft Word Untuk Efisiensi Tata Kelola Surat-Menyurat Di Sekolah. *Abdirahma: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://jurnal.stikomelrahma.ac.id/index.php/JAD/article/view/248>
- Perdana, A. S., & Martua, A. (2025). *Collaborative governance dalam pemberdayaan UMKM di Kota Bandar Lampung* (Diploma thesis, Institut Pemerintahan Dalam Negeri). IPDN Institutional Repository. <http://eprints.ipdn.ac.id/22361/>
- Pratama, S., Yuniar, T., Hendrawan, W. P., & Noviyanti, I. (2024). Pengaruh strategi inovasi terhadap penggunaan teknologi informasi dalam industri UMKM. *JUBIMA: Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i2.3046>
- Putri, N. R., Laksniyunita, W., Nur, K., Prilosadoso, B. H., & Zai, Y. Y. M. (2025). Peran Media Sosial Sebagai Pemasaran Digital Bagi Umkm. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1589>

- Putri, S. B. M., Raudah, S., & Maryati, A. (2025). Implementasi program pemberdayaan, usaha menengah, usaha kecil dan usaha mikro kecil (UMKM) pada Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 2(1). <https://ejurnal.stiaamuntai.ac.id/index.php/JMSDM/article/view/1026>
- Putri, N. R., Laksniyunita, W., Nur, K., Prilosadoso, B. H., & Zai, Y. Y. M. (2025). Peran media sosial sebagai pemasaran digital bagi UMKM. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1589>
- Rahmatika, D. N., Indriasih, D., Prihatin, Y., Zuhry, N., Sugiharto, U., Wibowo, A., & Wijaya, J. R. T. (2025). Akselerasi literasi kewirausahaan dan pendampingan UMKM melalui inovasi digital dan jejaring kolaboratif di Kecamatan Kalibening Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(7). <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i7.3002>
- Raisya, W. M. (2026, 24 Juni). *Dukung pelaku UMKM Sumedang lewat program UMKM Naik Kelas*. Pemerintah Kabupaten Sumedang. <https://sumedangkab.go.id/berita/dukung-pelaku-umkm-sumedang-lewat-program-umkm-naik-kelas>
- Regina, T., Sugiyono, S., & Hendriyani, M. (2025). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm Sektor Kuliner. Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis, 14(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol14no1.660>
- Robby, S. L. A., & Cahyono, H. (2025). Peran media sosial dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM Kodam V Brawijaya. *Ekuilnomi: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(3). <https://doi.org/10.36985/3e6y9866>
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2360>
- Sihura, H. K. (2025). Peran media sosial dalam strategi pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Education and Development*, 13(1). <https://doi.org/10.37081/ed.v13i1.6897>
- Soegiarto, I., Manap, A., Awaludin, D. T., Sunarmi, S., & Suningrat, N. (2025). Workshop Penggunaan Artificial Intelligence untuk Meningkatkan Efisiensi Administrasi Sekolah. JIPITI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(4). <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/80>
- Sugiharto, Febrianti, A., Robbi, P. F., Handayani, A. P., Safitri, L. A., & Permana, D. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui sinergi perguruan tinggi dan masyarakat dalam pengembangan kreativitas SDM. *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, 3(4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.18030493%20>
- Syaghani, M., Ahmad, H., & Hidayat, N. (2025). Meningkatkan UMKM Melalui Pemasaran Digital (Brand Awareness) di Desa Pasireurih. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v3i1.1560>
- Ulvasari, M., & Amaliyah, A. R. (2025). Peran Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang dalam pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UKM). *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4). <https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i4.1028>
- Verdiana, Y. Q., Fachir, Z. A., & A'dhom, M. G. (2023). The Growth Role of Artificial Intelligence (AI) in Strategy Management in UMKM. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis. <https://doi.org/10.55927/snimekb.v2i2.6981>
- Vitriani, V., Ismanto, E., Willyansah, W., & Novalia, M. (2026). Pendampingan Transformasi Digital Pemasaran Produk UMKM Olahan Ikan Patin melalui Media Sosial dan Marketplace. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.37859/jpumri.v10i2.12120>
- Widodo, A. A., & Putri, A. A. (2024). Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Daya Saing Bisnis Digital UMKM Di Era Modern. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(12). <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i12.696>

- Widyawana, B., Barlian, A., & Haryantoc, J. (2025). Model Kolaborasi Enabler Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Melalui Digitalisasi. *Welfare Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1).
- Yani, A., & Alimsyah, A. S. (2025). Pengembangan Teknologi Internet Dalam Administrasi Persuratan: Membangun Sistem Surat Otomatis. *Jurnal Citra Pendidikan*, 5(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.38048/jcp.v5i4.6388>
- Zainatha, A., Shalsabilla, E. V., & Pratiwi, R. (2026). Optimalisasi UMKM melalui triple helix kolaborasi. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 9(2). <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2>