

## Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Maju di Kampung Kalipaten

Rhea Mandasari<sup>1</sup>, Islamiati Wulandari<sup>2</sup>, Vanessa Jaklin<sup>3</sup>, Theresia Herlina Rochadiani<sup>4\*</sup>

<sup>1,3</sup>Pariwisata, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia

<sup>2</sup>Manajemen Bisnis, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia

<sup>4</sup>Informatika, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia

e-mail: rhea.mandasari@student.pradita.ac.id<sup>1</sup>, islamiati.wulandari@student.pradita.ac.id<sup>2</sup>,

vanessa.jaklin@student.pradita.ac.id<sup>3</sup>, theresia.herlina@pradita.ac.id<sup>4</sup>

\*Penulis Korespondensi: E-mail: theresia.herlina@pradita.ac.id

### Abstract

Digitalization activities are necessary for Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) perpetrators in the era of Industry 4.0. The transformation and strengthening of digital technology has become essential to implement in all fields, including UMKM which is the backbone of the nation's economy. The opening of e-wallet and socialization regarding e-commerce is an attempt to carry out the development or digital transformation of UMKM perpetrators. The purpose of the digitalization development activities in Kampung Kalipaten is to help UMKM actors follow the digital age and be able to compete in the online market. The method of this activity is in the form of socialization and mentoring which is carried out through the goal setting stages in order to define needs of UMKM. Then, the preparatory stages that he did were landings and direct surveys on the UMKM perpetrators. Further in the implementation phase, digitalization activities are done offline and as an evaluation stage, at the end of account opening activities, UMKM perpetrators are invited to discuss. As for the evaluation stage of socialization activities, the public was asked to fill the questionnaire. From the discussion of BCA account opening activities, UMKM perpetrators began to have an understanding of how e-wallet work. While the evaluation results of socialization activities stated as many as 80% said that socialization activity helped UMKM actors in managing business in e-commerce applications.

*Keywords:* Development; Digitalization; E-Wallet; UMKM

### Abstrak

Kegiatan digitalisasi diperlukan bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di era industri 4.0. Transformasi dan penguatan teknologi digital telah menjadi hal penting untuk diterapkan di segala bidang, termasuk UMKM yang merupakan tulang punggung ekonomi bangsa. Pembukaan *e-wallet* dan sosialisasi mengenai *e-commerce* merupakan upaya yang dilakukan untuk melakukan pengembangan atau transformasi digital pada pelaku UMKM. Tujuan kegiatan pengembangan digitalisasi di Kampung Kalipaten adalah untuk membantu pelaku UMKM mengikuti zaman era *digital* dan mampu bersaing di pasar *online*. Metode kegiatan ini berupa sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan melalui tahapan penentuan tujuan guna mendefinisikan kebutuhan dari UMKM. Kemudian, tahap persiapan yang dilakukannya pendataan dan survei langsung pada para pelaku UMKM. Selanjutnya pada tahap pelaksanaan, kegiatan digitalisasi dilakukan secara *offline* dan sebagai tahap evaluasi, di akhir kegiatan pembukaan rekening, pelaku UMKM diajak untuk melakukan diskusi. Adapun tahap evaluasi dari kegiatan sosialisasi, masyarakat diminta untuk mengisi kuesioner. Dari hasil diskusi dari kegiatan pembukaan rekening BCA, pelaku UMKM mulai memiliki pemahaman mengenai cara kerja dari dompet digital. Sedangkan hasil evaluasi kegiatan sosialisasi menyatakan sebanyak 80% mengatakan bahwa kegiatan sosialisasi membantu para pelaku UMKM dalam mengelola usaha di aplikasi *e-commerce*.

*Kata kunci:* Digitalisasi; Dompet *Digital*; Pengembangan; UMKM

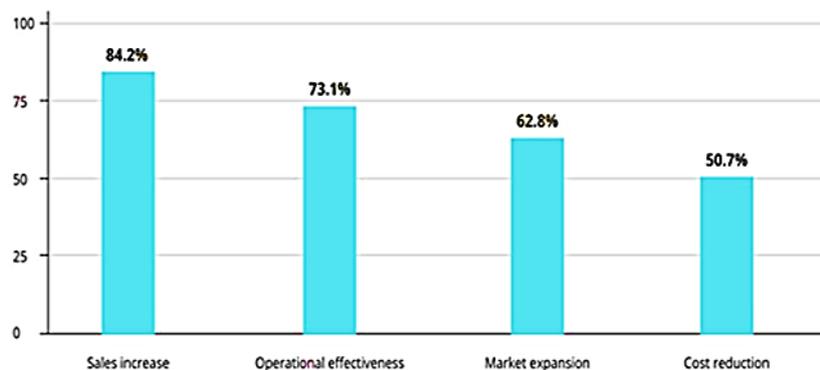
### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku usaha/bisnis yang berperan penting dalam memajukan kesejahteraan masyarakat Indonesia melalui aspek

ekonomi. Dilansir dari siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2023), menyatakan bahwa sektor UMKM memiliki kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia dengan jumlah lebih dari 64,2 juta unit usaha yang menyumbang 61,9% pada Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja (Limanseto, 2023). Namun demikian, fakta bahwa perkembangan era digital dewasa yang semakin maju, masyarakat terutama pelaku ekonomi (UMKM) dituntut untuk siap menghadapi tantangan zaman yang terjadi berbagai perubahan, salah satunya adalah di bidang teknologi. Para pelaku ekonomi tidak lagi hanya ditentukan pada bahan produksi seperti era industri, tetapi pada pemanfaatan kreativitas dan inovasi melalui perkembangan teknologi era 4.0 (Halim, 2020). Dengan tuntutan tersebut, pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan media sosial atau *online* dinilai akan sulit bertahan di persaingan bisnis yang semakin ketat.

Menurut Edy Misero selaku Sekjen Asosiasi UMKM Indonesia (2022), tercatat hanya sekitar 30% UMKM lokal yang mengikuti arus transformasi digital. Hal ini berarti masih ada 70% UMKM yang belum melek digital (Angelica & Prodjo, 2022). Dengan kurang meleknnya digitalisasi ini, sangat menyayangkan fakta bahwa Indonesia memiliki potensi luar biasa untuk pelaku ekonomi karena menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII), pada awal tahun 2020, total populasi penduduk Indonesia mencapai angka 268,2 juta orang dan dengan total populasi tersebut seharusnya membawa pengaruh positif terhadap pembangunan ekonomi (Putri & Sariyani, 2023). Selain pengaruh positif pertumbuhan penduduk, berdasarkan survei yang dilakukan oleh *DSInnovate*, terdapat empat manfaat yang akan dirasakan oleh pemilik UMKM karena pemberlakuan digitalisasi.

Berdasarkan gambar yang ditunjukkan oleh Gambar 1, merupakan gambar diagram manfaat dari digitalisasi, di antaranya yaitu *sales increase* atau meningkatkan penjualan karena melalui digitalisasi, jangkauan pemasaran semakin luas dan pembeli juga semakin banyak. Kedua, adalah *operational effectiveness* atau meningkatkan efektivitas operasional. Dengan pemberlakuan digitalisasi, fitur-fitur atau *software* yang canggih akan mempermudah pekerjaan pelaku bisnis sehingga lebih efisien dalam waktu dan tenaga. Selanjutnya, adalah *market expansion* atau perluasan pasar yang lebih besar, dan terakhir adalah *cost reduction* atau menurunnya biaya operasional. Melalui digitalisasi, pelaku UMKM dinilai dapat menekan biaya operasional salah satunya karena strategi promosi secara *online* yang lebih hemat dibanding promosi tradisional (Mawarsari, 2023).



Gambar 1. Manfaat Digitalisasi UMKM  
(Sumber: MSME Empowerment Report 2022 )

Kegiatan dalam membantu digitalisasi terhadap UMKM telah banyak dilaksanakan. Seperti kegiatan pengabdian masyarakat di kota Madiun yang memberikan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM dalam digitalisasi pembukuan sederhana dengan menggunakan Microsoft Excel dan juga pelatihan penggunaan aplikasi *Point of Sales (POS)* Qasir yang mempermudah pencatatan transaksi dan perubahan jumlah stok (Aliffianti Safiria Ayu Ditta dan Dea Candrani, 2023). Kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam rangka digitalisasi untuk meningkatkan penjualan produk diberikan kepada *Macro Coffee Roastery*. Melalui *e-commerce* dan media sosial, produk dipromosikan dan dipasarkan (Setia Iswara et al., 2022). Lain halnya dengan UMKM yang tergabung dalam Wanita Pengusaha Muslimah Indonesia (WPMI), pemasaran produk dilakukan melalui *website* yang dikembangkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat (Sari et al., 2021).

Kampung Kalipaten merupakan salah satu kampung yang berada di Kelurahan Pakulonan Barat, wilayah kota Gading Serpong. Pendapatan ekonomi mayoritas masyarakat Kalipaten diperoleh dari usaha dagang berupa produk maupun layanan. Usaha dagang yang mendominasi jalanan Kampung Kalipaten menjadi sebuah potensi untuk mengembangkan usaha atau bisnis UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital. Namun, potensi pengembangan tersebut juga menjadi tantangan bagi masyarakat Kampung Kalipaten untuk beradaptasi karena mayoritas masyarakat melakukan usaha dengan proses tatap muka sehingga kurang memanfaatkan media informasi. Selain itu, rasa ketidakingintahuan dan sikap tidak peduli akan modernisasi juga menjadi kendala bagi pelaku usaha UMKM di sana. Rendahnya kualitas sumber daya manusia dan kemampuan akses teknologi itulah yang menjadi permasalahan utama digitalisasi UMKM di Indonesia (Fuadi et al., 2021). Dengan permasalahan tersebut, melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami berupaya mendigitalisasi UMKM dengan berbagai tindakan dan berharap pelaku ekonomi (UMKM) Kampung Kalipaten mampu menuju masyarakat yang maju di era digital yang semakin berkembang.

#### METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam upaya mendigitalisasi UMKM Kampung Kalipaten dilakukan dengan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2, yang dimulai dari tahap penentuan tujuan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi (Rochadiani dan Santoso, 2023).



Gambar 2. Tahap Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahap penentuan tujuan pada awal kegiatan yang ditunjukkan pada Gambar 2. didefinisikan dengan melihat kebutuhan atau kekurangan UMKM Kampung Kalipaten. Dengan mayoritas usaha dagang, para UMKM dipersiapkan untuk mampu berjalan

mengikuti perkembangan teknologi, yaitu secara *online*. Program digitalisasi UMKM dilakukan dalam kegiatan berupa pendampingan dan sosialisasi. Program tersebut antara lain pendampingan pembuatan dompet digital (*e-wallet*) dan sosialisasi pengelolaan usaha yang baik di aplikasi *e-commerce* sebagai lanjutan program kerja yang mendaftarkan usaha UMKM masyarakat Kalipaten di aplikasi *e-commerce*. Kedua kegiatan ini dinilai sebagai gerakan yang penting dalam mendigitalisasi UMKM Kampung Kalipaten. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendigitalisasi pelaku UMKM Kampung Kalipaten melalui pengembangan aplikasi digital dan pengelolaan usaha/bisnis yang lebih baik.

Tahap persiapan kedua setelah menentukan tujuan adalah melakukan persiapan. Melakukan digitalisasi usaha UMKM merupakan salah satu program kerja pengabdian kepada masyarakat. Persyaratan untuk melakukan digitalisasi adalah membuka dompet digital (*e-wallet*) yang dapat beroperasi secara *mobile*. Pembukaan rekening *m-banking* BCA dipilih sebagai sebuah aplikasi *e-money* yang dapat membantu akses pembayaran secara *mobile*. Dalam tahap persiapan ini dilakukan survei langsung dengan metode *door to door* untuk mendata pelaku UMKM yang belum dan berkeinginan untuk mendaftar membuka rekening BCA. Pada tahap persiapan ini, pengadaan sosialisasi juga mulai dipersiapkan. Tujuan sosialisasi adalah untuk membantu pelaku UMKM mengelola usaha dengan mempertahankan dan meningkatkan *rating* usaha di aplikasi *e-commerce*. Judul sosialisasi yang diangkat adalah "Tips & Trik Menjaga *Rating* dalam Berjualan *Online*".

Pada tahap pelaksanaan, dilakukan kunjungan di setiap toko atau usaha yang siap membuka rekening BCA. Kegiatan pendampingan pembukaan rekening BCA dibantu oleh salah satu tim *Marketing* dari BCA sendiri. Pada kegiatan sosialisasi, dilakukan secara *offline* di lapangan badminton Kampung Kalipaten. Pemaparan dan praktik langsung dipandu oleh tim pengabdian masyarakat. Di akhir kegiatan, setelah kegiatan pendampingan pembukaan rekening BCA, pelaku UMKM yang telah membuka rekening dimintai untuk berdiskusi dengan menanyakan apakah sudah mengerti dalam penggunaan *e-wallet* yang diperuntukkan untuk berjualan. Diskusi tersebut merupakan bagian dari evaluasi untuk mengetahui pemahaman pelaku UMKM pada *e-wallet* yang didaftarkan. Evaluasi bertujuan menilai efisiensi dan efektivitas metode dalam pelaksanaan suatu kegiatan (Kurnia, 2022). Kemudian, untuk kegiatan sosialisasi dilakukan evaluasi melalui kuesioner. Dengan kuesioner sebagai media evaluasi atas kegiatan sosialisasi, maka akan diketahui apakah sosialisasi tersebut efektif dan berguna untuk pelaku UMKM mempertahankan *rating* dalam berjualan *online*.

## HASIL dan PEMBAHASAN

Program Digitalisasi UMKM dijalankan secara berkala mulai dari tanggal 11 Juli - 22 Juli 2023. Adapun hasil dari kegiatan tersebut, adalah:

### 1. Pendampingan Pembukaan *M-Banking* BCA

Kegiatan pendampingan pembukaan *m-banking* BCA pelaku UMKM Kampung Kalipaten dilakukan selama seperti terlihat pada Gambar 3. Tim pengabdian masyarakat berkeliling dan menanyakan persiapan pembukaan rekening secara *door to door* dengan dibantu tim *Marketing* dari BCA. Persiapan awal pembukaan rekening BCA, antara lain:

1. Dokumen identitas diri seperti KTP, tanda tangan digital, NPWP, dan data diri, serta memiliki *smartphone* pribadi, dan pulsa minimal Rp 1.000.
2. Setoran awal sebesar Rp 50.000 bagi UMKM yang tidak memerlukan buku tabungan dan setoran awal sebesar Rp 100.000 bagi UMKM yang memerlukan buku tabungan dan hendak mendaftarkan usaha mereka di toko *online*.



Gambar 3. Persiapan Pembukaan Rekening BCA

Pada kegiatan pendampingan ini, sebelum diadakan pembukaan, dilakukan pemahaman singkat kepada pelaku UMKM mengenai apa itu *e-wallet* BCA serta manfaatnya bagi usaha yang dijalankan. Berdasarkan kegiatan yang dilakukan, tim menjelaskan bahwa *e-wallet* BCA adalah sebuah layanan elektronik yang digunakan sebagai alat transaksi, bisa untuk pembayaran maupun pembelian secara instan. Kegunaan untuk UMKM itu sendiri adalah tentunya sebagai alat penyimpanan uang dan memudahkan transaksi pembayaran dari pelaku ataupun konsumen karena era digital saat ini, transaksi sehari-hari tidak lagi menggunakan uang nyata melainkan uang digital (Katon & Yuniati, 2020). Di samping itu, *M-Banking* BCA juga erat hubungannya dengan aplikasi *e-commerce*. Melalui *M-Banking* BCA, pengguna dapat melakukan pembayaran atau *top-up* secara mudah pada aplikasi *e-commerce*. Oleh karena itu, dengan banyaknya pengguna yang menggunakan aplikasi *e-commerce*, rekening *M-Banking* BCA sangat diperlukan untuk menunjang kemudahan usaha UMKM di Kampung Kalipaten.

Kegiatan terakhir dari pendampingan pembukaan rekening BCA adalah melakukan sesi diskusi sebagai evaluasi. Pada akhir kegiatan, dilakukan diskusi singkat dengan pelaku UMKM yang telah membuka rekening BCA untuk menanyakan apakah sudah paham dalam menggunakan *M-Banking* BCA dan manfaat dalam membantu kelancaran usahanya, seperti pembayaran secara non-tunai yang sudah sering dilakukan di era sekarang.

## **2. Sosialisasi Mengenai Tips dan Trik Mempertahankan Rating Penjualan Online**

Kegiatan Sosialisasi mengenai Tips dan Trik Mempertahankan Rating Penjualan Online dilakukan secara *offline* dan digabung dengan Sosialisasi *Cyber Security* di lapangan Badminton Kampung Kalipaten selama kurang lebih empat jam. Tujuan dari sosialisasi ini adalah membantu para pelaku UMKM Kampung Kalipaten untuk mampu mempertahankan *rating* di aplikasi *e-commerce*. Sebelum pengadaan sosialisasi, satu minggu sebelum acara sudah dilakukan penyebaran brosur yang dibagikan secara *door-to-door* kepada masyarakat, terutama kepada pemilik UMKM di Jalan Kalipaten. Pada pelaksanaannya, masyarakat yang terkumpul hadir di sosialisasi ini berjumlah sekitar 25 orang. Pemaparan materi disampaikan dengan pembawaan yang santai dan menggunakan bahasa yang mudah untuk dimengerti oleh masyarakat awam. Tips and trik yang dibagikan dalam mempertahankan *rating* ada 6 aspek penting, sebagai berikut:

1. Menggunakan foto asli
2. Responsif dan Informatif
3. Waktu
4. *Packaging* (Pengemasan)
5. Tanggapan positif jika terjadi komplain
6. Jangan mengabaikan umpan balik negatif

Pada pertengahan materi, terdapat sesi diskusi untuk para masyarakat yang ingin menyuarakan pendapatnya. Sebelum mengakhiri kegiatan, dilakukan evaluasi atas kegiatan sosialisasi yang telah berlangsung dengan membagikan kuesioner. Pertanyaan tersebut dibagikan dengan tujuan menilai efektivitas atas sosialisasi yang telah dijalankan. Hasil evaluasi, seperti yang ditunjukkan Gambar 4, menyatakan bahwa sebanyak 80%, masyarakat yang hadir menjawab kegiatan sosialisasi yang dilakukan dapat berguna dalam membantu berjualan *online* terutama di aplikasi *e-commerce*. Sisa 20% yang menjawab tidak, karena bukan pelaku UMKM sehingga sosialisasi tidak tepat sasaran pada peserta yang bukan pelaku UMKM.



Gambar 4. Hasil Evaluasi Kegiatan Sosialisasi

Hasil keseluruhan survei yang dilakukan pada pelaku UMKM dalam kegiatan digitalisasi UMKM melalui pendampingan rekening BCA dan sosialisasi tips dan trik menjaga *rating* penjualan *online* dapat dilihat dari Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Survei Keseluruhan Pendampingan Digitalisasi UMKM

Permasalahan Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
Kurangnya pemahaman dan pengetahuan mengenai teknologi digital yang mendukung usaha	Masyarakat mulai paham akan teknologi digital yang membantu dalam kegiatan usaha
Kurang sadarnya pentingnya pembayaran secara <i>cashless</i> di era digital saat ini	Para pelaku UMKM mulai membuka <i>M-Banking</i> BCA untuk membantu pembayaran secara <i>cashless</i>
Minimnya rasa kepedulian para pelaku UMKM pada usahanya di aplikasi <i>e-commerce</i>	Para pelaku menyadari pentingnya menjaga dan mempertahankan <i>rating</i> dalam berjualan <i>online</i> agar tetap dapat bersaing di pasar <i>online</i>

Dengan bertambahnya keterlibatan UMKM dalam ekonomi digital, mulai dari digitalisasi pada alat transaksi dan *e-commerce*, UMKM akan mampu bertumbuh dengan cepat dan bersaing menghadapi globalisasi ekonomi saat ini. Dengan demikian, tidak dipungkiri bahwa UMKM dapat menjadi sektor andalan perekonomian bangsa yang didukung dengan teknologi digital dalam setiap aktivitasnya (Prayogi dan Kirom, 2022).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan UMKM melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka dapat diambil kesimpulan, bahwa kegiatan digitalisasi teknologi di era 4.0 berperan penting, terutama bagi pelaku UMKM yang merupakan tulang punggung sektor ekonomi Indonesia, termasuk di Kampung Kalipaten. Dengan adanya kegiatan pendampingan digitalisasi pelaku UMKM di Kampung Kalipaten terbukti menghasilkan dampak positif bagi mereka. Melalui program yang dijalankan, yaitu pembukaan rekening BCA, para pelaku UMKM Kampung Kalipaten saat ini telah memiliki *e-wallet* yang membantu dalam usaha berjualan. Sedangkan, sosialisasi mengenai pengelolaan usaha yang baik di aplikasi *e-commerce*, hasil evaluasi sebanyak 80% menyatakan bahwa kegiatan tersebut mampu membantu para pelaku UMKM untuk mempertahankan rating usaha di aplikasi *e-commerce*.

Untuk mendukung keberlanjutan aktivitas usaha dengan memanfaatkan teknologi digital, strategi-strategi baru seperti memperdalam penggunaan perangkat digital serta perubahan tren yang dinamis tiap waktunya perlu dipelajari dan dikembangkan sendiri oleh UMKM. Melalui transformasi digital, pelaku UMKM akan mampu merasakan manfaatnya, yaitu dalam meningkatkan pendapatan penjualan dan bersaing di pasar *online* maupun pasar tingkat nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliffianti Safiria Ayu Ditta, & Dea Candrani, A. (2023). Pelatihan Pembukuan Sederhana dan Implementasi Point of Sales Pada UMKM Kota Madiun. *Society : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 36–46. <https://doi.org/10.37802/society.v4i1.366>
- Angelica, G., & Prodjo, W. A. (2022, November 29). Sekjen Asosiasi UMKM: 70-80 Persen UMKM Indonesia Belum Melek Digital. *Kompas.Com*. <https://umkm.kompas.com/read/2022/11/29/121100483/sekjen-asosiasi-umkm--70-80-persen-umkm-indonesia-belum-melek-digital>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial). *Jurnal Signal*, 8(2), 134. <https://doi.org/10.33603/signal.v8i2.3490>
- Kurnia, F. (2022, November 23). Evaluasi Adalah: Pengertian, Tujuan, Tahapan, dan Contohnya. *Dailysocial.Id*. <https://dailysocial.id/post/evaluasi-adalah>
- Limanseto, H. (2023). *Tingkatkan Inklusi Keuangan bagi UMKM melalui Pemanfaatan Teknologi Digital, Pemerintah Luncurkan Program PROMISE II Impact*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4980/tingkatkan-inklusi-keuangan-bagi-umkm-melalui-pemanfaatan-teknologi-digital-pemerintah-luncurkan-program-promise-ii-impact>
- Mawarsari, M. A. (2023, April 6). Tren Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan Peluang. *Dailysocial.Id*. <https://dailysocial.id/post/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang>
- Putri, K. L. T., & Sariyani, N. L. P. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Padangsambian. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(1), 189. <https://doi.org/10.30595/jppm.v7i1.10055>
- Rochadiani, T. H., & Santoso, H. (2023). Computational Thinking Improvement Through

- Speech Recognition Application Development for Pahoa High School Students. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 92-98. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i1.13008>
- Sari, R., Ariefiara, D., & Masripah. (2021). Pemberdayaan UKM yang Terhubung dalam Wanita Pengusaha Muslimah Indonesia (WPMI) Melalui Pembentukan Koperasi dan Pengembangan Website. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 85-92. <https://doi.org/10.37802/society.v1i2.126>
- Setia Iswara, U., Setyabudi, T. G., Palupi, D., Wahidahwati, & Suwitho. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Digital bagi UMKM. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 156-164. <https://doi.org/10.37802/society.v2i2.205>