

PERANCANGAN FASILITAS USAHA DAN PLATFORM DIGITAL BERKELANJUTAN BAGI UMKM LAMIN PAMUNG TAWAI

Faizal Baharuddin¹, Rina Masithoh Haryadi^{2*}, Taghfirul Azima Yoga Siswa³

^{1,2}Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

³Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

*Email: masithoh.haryadi@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat di UMKM Lamin Pamung Tawai, Desa Budaya Pampang, Samarinda, bertujuan meningkatkan kapasitas usaha melalui perancangan fasilitas usaha dan pengembangan platform digital untuk pemasaran produk kerajinan khas Dayak. Kegiatan ini dilaksanakan melalui observasi lapangan, perancangan kios dan meja jualan dengan sekat serta penutup, pelatihan digital marketing, dan pengembangan website *budayapampang.web.id* menjadi platform e-commerce. Indikator keberhasilan mencakup tersedianya fasilitas usaha yang nyaman dan aman, kemampuan anggota UMKM memanfaatkan platform digital untuk transaksi online, serta peningkatan transaksi. Hasil kegiatan menunjukkan tercapainya fasilitas usaha yang lebih layak, meningkatnya pemanfaatan digital marketing, dan adanya peningkatan transaksi online. Kegiatan ini memberikan dampak ekonomi, sosial, dan budaya yang positif serta membuka peluang pengembangan usaha yang berkelanjutan di masa depan.

Kata kunci: Digital Marketing; UMKM; Fasilitas Usaha, E-commerce, Budaya Pampang

DESIGN OF SUSTAINABLE BUSINESS FACILITIES AND DIGITAL PLATFORM FOR UMKM LAMIN PAMUNG TAWAI

ABSTRACT

Community service at UMKM Lamin Pamung Tawai, Pampang Cultural Village, Samarinda, aims to enhance business capacity through the design of business facilities and the development of a digital platform for marketing Dayak handicraft products. The activities were conducted through field observations, the design and construction of kiosks and sales tables with partitions and covers, digital marketing training, and the development of the website budayapampang.web.id into a fully functional e-commerce platform. Success indicators include the provision of safe and comfortable business facilities, the ability of UMKM members to utilize digital platforms for online transactions, and an increase in sales volume. The results indicate that the upgraded business facilities, improved digital marketing utilization, and increased online transactions were successfully achieved. This community service activity provides positive economic, social, and cultural impacts and creates opportunities for sustainable business development in the future.

Keywords: Digital Marketing; MSMEs; Business Facilities; E-Commerce; Budaya Pampang

PENDAHULUAN

UMKM Lamin Pamung Tawai merupakan kelompok pengrajin dan penjual asesoris Dayak yang sebagian besar merupakan masyarakat Apokayan dan Dayak Kenyah bertempat tinggal di Desa Budaya Pampang kec. Samarinda Utara. Anggota UMKM Pamung Tawai ada 30 orang diketuai oleh ibu Nomi Ding. Pembina UMKM Pamung Tawai adalah lurah Desa Budaya Pampang, Ketua adat dan ketua kelompok sadar wisata Desa Budaya Pampang. Anggota UMKM memperoleh barang dagangan berasal dari pengrajin lain yang menitip barang dagangannya akan tetapi juga buatan mereka sendiri. Produk yang dihasilkan seperti manik manik hiasan topi, baju Dayak, gantungan kunci, kalung, dompet, tas, cincin, perisai dan Mandau. Ada beberapa orang juga membuka penyewaan baju Dayak. Setiap hari UMKM Pamung Tawai melakukan transaksi jual beli di depan Lamin Pamung Tawai yang digunakan sebagai gedung serba guna bagi masyarakat Dayak. Lamin Pawung Tawai adalah bangunan khas Dayak berbentuk rumah panggung dengan ornament ukiran Dayak. Lamin ini digunakan untuk melakukan kegiatan ritual, kematian, pernikahan, pesta rakyat dan kegiatan adat lainnya. Di kemudian hari lamin Pamung Tawai berubah fungsi menjadi tempat pertunjukan seni tari tarian Dayak. Pertunjukan tarian diadakan setiap hari minggu jam 14.00 sd 16.00 wita. Berdasarkan data yang diperoleh dari ketua

Pokdarwis Bapak Yusak bahwa pada tahun 2024 jumlah kunjungan wisatawan yang melihat atraksi tari-tarian sebanyak 16.990 orang, 150 orang adalah wisatawan mancanegara. (Haryadi et al., 2025) Jumlah tersebut sudah termasuk kunjungan wisatawan Pelas Tahun yang diadakan di depan Lamin Pamung Tawai pada bulan Juni. Pelas Tahun adalah rangkaian upacara ucap sukur atas keberhasilan panen ladang yang diberikan Tuhan Yang Maha Esa. Pada tahun 2024 pelas tahun di kunjungi 3.430 wisatawan Nusantara dan 28 orang wisatawan mancanegara. Berdasarkan data tersebut kita dapat melihat **potensi** besar pembeli produk yang dihasilkan UMKM karena Lamin Pamung Tawai juga menjadi destinasi utama Desa Wisata Samarinda.



Gambar 1 Aneka Kerajinan Khas Dayak Produk UMKM

Sumber : Data Diolah 2025

Namun demikian, kelompok UMKM ini menghadapi tiga persoalan mendasar: **(1)** ketiadaan fasilitas usaha yang memadai, **(2)** keterbatasan dalam pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, **dan (3)** kurangnya manajemen ruang usaha yang baik. Saat ini, anggota UMKM hanya menggunakan meja seadanya tanpa penutup dan sekat antarpedagang. Kondisi ini menimbulkan risiko pencurian, kerusakan barang, serta konflik antar anggota. Selain itu, website *budayapampang.web.id* yang telah dikembangkan pada tahun sebelumnya masih bersifat informatif dan belum optimal digunakan sebagai platform jual beli.



Gambar 2 Kondisi kios yang tidak ada sekat dan dinding penutup

Sumber : Data diolah 2025

Tujuan dari program pengabdian masyarakat ini adalah pertama, mengatasi masalah produksi UMKM dengan mendesain, merancang fasilitas usaha meliputi penutup kios jualan dan meja jualan. Penutup kios jualan diharapkan dapat melindungi barang dagangan dari hujan. Rancangan meja jualan yang bisa digunakan sebagai tempat penyimpanan barang dagangan dan sekat antara penjual satu diharapkan dapat memberikan kenyamanan, mengurangi potensi pencurian dan potensi konflik antara penjual satu dan lain. Tujuan kedua adalah peningkatan kapasitas digitalisasi pemasaran dengan memanfaatkan web yang sudah ada. Anggota UMKM diberikan pelatihan pemasaran digital termasuk pemanfaatan media social dan e-commerce dengan media website.

Penguatan UMKM berbasis budaya melalui pendekatan digital terbukti mampu mempercepat pemberdayaan ekonomi lokal, pelatihan digital marketing secara signifikan meningkatkan kapasitas bisnis perempuan desa dan memperluas pasar. (Yuliatiningtyas et al., 2024). Integrasi pemasaran digital digital dalam UMKM berbasis wisata memberikan dampak langsung terhadap peningkatan promosi dan pendapatan desa wisata (Shilfina & Ginting, n.d.) . UMKM berbasis budaya lokal terbukti efektif menggunakan gabungan strategi pemasaran hibrida yang menggabungkan strategi pemasaran digital dan konvensional. (Haris, 2024) Penerapan digital marketing juga memberikan dampak signifikan pada pertumbuhan UMKM khususnya sektor kreatif dan berbasis komunitas. (Jiménez-García et al., 2025a) Tidak semua sistem pemasaran digital cocok diterapkan dalam UMKM. Kajian ini menemukan 17 faktor yang mempengaruhi efektivitas pemasaran digital antara lain adalah dukungan kepemimpinan, budaya organisasi dan infrastruktur teknologi.(Zamri et al., 2024)

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan **partisipatif kolaboratif** berbasis interdisipliner antara bidang **arsitektur**, **manajemen**, dan **teknologi informasi**. Metode ini dirancang untuk mencapai tujuan utama program, yaitu peningkatan kapasitas fisik dan digital UMKM Lamin Pamung Tawai di Desa Budaya Pampang secara berkelanjutan.

Tahapan pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan melalui lima tahapan utama: pertama, Observasi Lapangan dan Identifikasi Masalah.Tim melakukan survei lokasi dan wawancara dengan pengurus UMKM, tokoh adat, dan pengelola Pokdarwis untuk mengidentifikasi kebutuhan riil mitra terkait fasilitas usaha dan media pemasaran digital.

Kedua Perancangan Fasilitas Usaha (Arsitektural). Tim arsitektur merancang fasilitas kios partisi, meja multifungsi, serta pintu penutup ruang kios. Rancangan menggunakan prinsip modular, hemat ruang, dan berbasis material lokal.

Ketiga, pengembangan Platfotm digital. Tim informatika mengembangkan ulang situs *budayapampang.web.id* menjadi platform e-commerce berbasis WordPress dan WooCommerce. Dilengkapi fitur transaksi, katalog produk, dan halaman profil mitra.

Keempat, Pelatihan dan Pendampingan. Pelatihan dilakukan secara langsung kepada 30 anggota UMKM mengenai penggunaan website sebagai platform commerce dan tata kelola etika penggunaan ruang bersama.

Kelima, Monitoring dan Evaluasi. Evaluasi dilakukan pada minggu terakhir melalui observasi, wawancara, dan pengisian kuesioner terkait perubahan kapasitas mitra.

Tabel 1

Metode Pelaksanan Pengabdian

Permasalahan	Solusi	Metode
Masalah Produksi: 1. Tidak ada dinding penutup tempat usaha. 2. Tidak ada sekat ruangan antara penjual satu dengan yang lain. 3. Tidak ada ruangan untuk menyimpan barang dagangan	1. Pengadaan rancangan tirai penutup tempat usaha. 2. Pengadaan rancangan sekat (partisi) antar penjual diatas meja yang digunakan berjualan. 3. Penambahan ruang penyimpanan (loker)	1. Mengidentifikasi kebutuhan anggota UMKM, menyampaikan rencana program tentang pembuatan tirai penutup, partisi antar penjual dan penambahan ruang penyimpanan (loker) dibawah meja jualan.

	dibawah meja yang sudah tersedia	2. Pelatihan dan pengenalan penggunaan partisi, cara penggunaan buka tutup tirai penutup, dan demonstrasi pemasangan loker dibawah meja tanpa merusak struktur lapak. 3. Penerapan desain tirai penutup berbahan ringan yang dapat digulung, partisi meja dan pemasangan loker portabel dibawah meja yang dapat di kunci 4. Mengevaluasi berdasarkan monitoring selama 1 sampai 2 minggu setelah pemasangan, dokumentasi sebelum dan sesudah pemasangan dan survei kepuasan anggota UMKM. 5. Keberlanjutan program diawali dengan penyerahan aset, pembentukan tim yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan dan perawatan aset.
Masalah pemasaran	Solusi	
1. Anggota UMKM belum sepenuhnya memahami pemasaran secara online. 2. Website yang tersedia saat ini terbatas hanya untuk sharing informasi kegiatan dan belum digunakan sebagai platform jual beli.	1. Pelatihan pemasaran digital penggunaan medsos dan katalog digital. 2. Pengembangan website menjadi platform jual beli	1. Mengadakan pertemuan sosialisasi awal menyampaikan rencana pelatihan pemasaran digital serta mengidentifikasi kemampuan awal peserta dalam penggunaan internet. 2. Pelatihan penggunaan medsos untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan, pengambilan foto produk dan membuat konten promosi sederhana. Pelatihan penggunaan web.

		- Optimalisasi website menjadi platform jual beli fitur katalog produk, pemesanan dan kontak penjual. Pendampingan penggunaan website oleh UMKM - Evaluasi dan monitoring dengan uji coba pemesanan dari website (user test) dan medsos - Untuk keberlanjutan program dengan menyusun panduan penggunaan web dan menunjuk salah satu anggota UMKM menjadi admin pemasaran digital.
Masalah manajemen usaha : FGD antara anggota UMKM, ketua adat, ketua pokdarwis tentang pembagian dan penyusunan ruangan, kode etik, tata tertib penggunaan ruang usaha. Manajemen pengelolaan ruang usaha		- Sosialisasi dengan menyelenggarakan pertemuan awal anggota UMKM, ketua adat, pokdarwis untuk menjelaskan tujuan tataruang fasilitas usaha. - Melakukan FGD tataletak pembagian sekat secara adil, kode etik tata tertib penggunaan ruang - Melakukan evaluasi dan monitoring penggunaan ruang setelah pemasangan. - Keberlanjutan program dapat dilakukan dengan menunjuk tim kecil sebagai pengelola ruangan dan pembagian fasilitas usaha jika ada perubahan kebutuhan.

Sumber : data diolah 2025

Alat ukur dan indikator keberhasilan

Keberhasilan kegiatan diukur dsecara kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan beberapa alat ukur yang dijelaskan dalam tabel dibawah

Tabel 1 Alat ukur keberhasilan program		
Aspek	Indikator	Alat Ukur
Fisik	Tersedianya 8 unit fasilitas partisi dan penutup kios sesuai rancangan	Dokumentasi, checklist, dan observasi lapangan
Digital	Platform <i>budayapampang.web.id</i> aktif sebagai media transaksi	Uji akses situs, jumlah produk terunggah, log aktivitas
Peningkatan Kapasitas Mitra	Kemampuan menggunakan platform digital	Pre-test dan post-test pelatihan
Sosial Budaya	Adanya kesepakatan pengaturan ruang usaha bersama	Notulen forum musyawarah, hasil dokumentasi diskusi
Ekonomi	Peningkatan transaksi atau pesanan pascapelatihan	Wawancara terbuka, data transaksi selama 1 bulan pasca program

Sumber : data diolah 2025

Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur melalui perubahan yang signifikan dalam tiga aspek utama: fisik, sosial budaya, dan ekonomi. Dari sisi fisik, keberhasilan dapat dilihat dari tersedianya fasilitas kios usaha yang layak dan sesuai dengan rancangan, serta penggunaan platform digital yang aktif untuk pemasaran produk UMKM. Anggota kelompok UMKM Pamung Tawai menginginkan penutup kios terbuat dari lembaran seng besi dibanding dengan kayu karena dianggap lebih kuat dan tahan lama. Perubahan sosial budaya tercermin dalam adanya sistem pengelolaan ruang usaha yang berbasis musyawarah dan kesepakatan komunitas, yang mengedepankan nilai-nilai kolektivitas dan gotong royong dalam pengelolaan usaha bersama. Anggota UMKM menentukan kios kios yang akan diberikan sekat dan penutup kios. Dari segi ekonomi, keberhasilan diukur dengan adanya peningkatan transaksi melalui platform e-commerce serta volume penjualan yang tercatat secara langsung di kios, yang diharapkan mencapai peningkatan minimal 20% dalam sebulan setelah implementasi program. Pencapaian ini mencerminkan efektivitas pelatihan, penerapan fasilitas usaha, serta adopsi teknologi digital yang diberikan kepada masyarakat sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi Hasil dan Pembahasan

Pengabdian masyarakat merupakan kegiatan yang tidak hanya menstransfer ilmu pengetahuan dan teknologi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat. Dalam konteks kegiatan ini pengabdian yang dilakukan di desa Budaya Pampang berfokus pada dua aspek masalah utama yaitu perancangan fasilitas usaha dan pengembangan platform digital untuk pemasaran produk. Masalah UMKM Pamung tawai adalah tidak ada penutup dan sekat kios jualan, tidak ada partisi kios. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah bagi UMKM baik dari aspek ekonomi melalui peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran, maupun dalam aspek sosial melalui peningkatan kualitas kerja dan perubahan perilaku anggota UMKM dalam mengelola usaha mereka. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas ekonomi tetapi juga dampak perubahan perilaku social yang mendalam terkait dengan pemasaran produk berbasis digital dan pengelolaan usaha yang lebih baik.

Pelaksanaan kegiatan dan Indikator keberhasilan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan dua focus utama yaitu perancangan fasilitas usaha yang lebih layak. Kedua, pengembangan platform digital yang sudah ada menjadi platform digital e commerce.

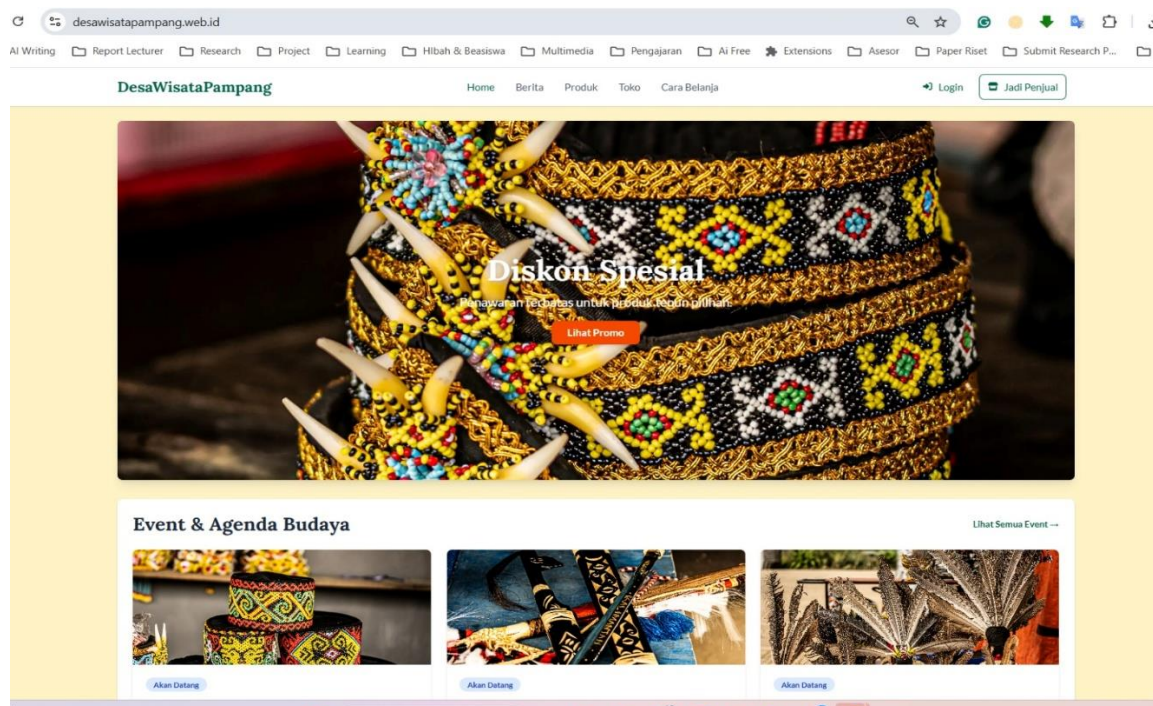
Indicator keberhasilan dari kegiatan ini adalah : pertama, peningkatan kapasitas usaha yaitu keberhasilan dalam menyediakan fasilitas usaha (kios) yang berpenutup dan berpartisi. Ada 48 kios yang belum ada penutup dan partisi antar kios. Program pengabdian ini sesuai anggaran yang ada hanya mampu memberikan 8 penutup dan partisi kios. Penutup kios terbuat dari lembaran besi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anggota UMKM. Dengan adanya penutup kios yang permanen memungkinkan anggota UMKM dapat melakukan transaksi jual beli lebih nyaman. Resiko kehilangan barang karena pencurian dan barang dagangan rusak bisa di minimalkan.

Kedua, peningkatan pemahaman digital yaitu keberhasilan pelatihan penggunaan web yang memungkinkan anggota UMKM memasarkan produk secara online. Dan ketiga, peningkatan penjualan. Diharapkan ada peningkatan penjualan sebesar 20 persen setelah menggunakan platform digital. Anggota UMKM mampu memanfaatkan web dan berhasil melakukan transaksi jual beli menggunakan platform budayapampang.web.id yang telah diubah menjadi situs e-commerce. Perkembangan digital dan hadirnya marketplace memudahkan konsumen melakukan transaksi namun jika anggota UMKM berusia lanjut dan Tingkat pendidickn rendah maka mereka akan kesulitan adaptasi karena keterbatasan akses dan literasi digital. (Nafisa1 & Syarofi2, 2024). Namun demikian banyak penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa ekonomi digital, e commerce, platform digital, digital marketing berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. (Ryan Pratamansyah, 2024),(Jiménez-García et al., 2025b),

Ketiga, adanya peningkatan pendapatan meskipun belum dapat diukur secara tepat dalam waktu yang relative singkat. Meskipun demikian diharapkan anggota UMKM mampu melkukan penjualan produk melalui transaksi digital lebih luas. Digitalisasi termasuk platform digital, digital marketing, pencatatan digital, pembayaran digital menunjukan hubungan positif dengan peningkatan penjualan dan pemasaran yang pada akhirnya dalam jangka panjang dapat meningkatkan pendapatan UMKM. (Muhammadiyah Mataram et al., n.d.)Banyak penelitian lain juga menunjukan bahwa penggunaan platform digital seperti website, e commerce, payment digital, media social berkorelasi positif dengan pendapatan UMKM tetapi tidak dalam waktu singkat. Secara eksplisit efeknya alam muncul dalam jangka panjang misalnya dalam 1 atau 2 tahun. Literasi digital dan kemampuan digital punya pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, yang termasuk pendapatan, tetapi membutuhkan adanya keterampilan serta waktu untuk membangun.(Muhammadiyah Mataram et al., n.d.)(Yuliatiningtyas et al., 2024)



Gambar 3. Peresmian kios dengan fasilitas baru
Sumber : Data diolah 2025



Gambar 4. Tampilan web budayapampang.web.id
Sumber : data diolah 2025

Keunggulan dan kelemahan kegiatan

Keunggulan utama dari kegiatan ini adalah tercapainya pembangunan fasilitas usaha yang sesuai dengan kebutuhan anggota UMKM. Dengan adanya meja jualan yang lebih tertata dan penutup kios yang melindungi barang dagangan dari cuaca, anggota UMKM kini dapat berjualan dengan lebih nyaman dan aman. Platform digital yang dikembangkan juga memberikan akses pasar yang lebih luas, memungkinkan produk kerajinan khas Dayak dijual secara online. Namun kelemahan dari kegiatan ini adalah anggota UMKM masih kesulitan dalam mengoperasikan website yang digunakan sebagai platform digital secara maksimal. Meskipun pelatihan telah diberikan, masih ada hambatan terkait literasi digital dan pemahaman mendalam tentang cara mengoptimalkan media sosial dan website sebagai sarana pemasaran. Hal ini disebabkan karena faktor usia lanjut dan tingkat pendidikan anggota UMKM. Selain itu ada beberapa anggota UMKM yang merasa kecewa karena tidak semua anggota yang menempati kios dapat diberikan pintu penutup kios karena keterbatasan anggaran pengabdian.

Tingkat kesulitan Keberlanjutan Program

Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini cukup tinggi, terutama terkait dengan perubahan perilaku anggota UMKM dalam menggunakan teknologi. Proses pelatihan yang berkelanjutan diperlukan untuk memastikan bahwa semua anggota dapat menggunakan website e-commerce dengan lancar dan mampu memasarkan produk mereka secara digital. Selain itu, produksi barang yang harus disesuaikan dengan standar kualitas dan volume tertentu untuk memenuhi permintaan pasar online juga menjadi tantangan. Tantangan lain yang dihadapi adalah dalam pengelolaan fasilitas usaha, di mana perawatan dan penggunaan fasilitas harus terus dipantau agar dapat dimanfaatkan dengan maksimal oleh anggota.

Peluang pengembangan ke depan sangat besar. Pengembangan platform digital dapat mencakup fitur-fitur tambahan seperti sistem pembayaran online, integrasi dengan marketplace lain, dan pelacakan pengiriman untuk memudahkan transaksi. Di sisi lain, pengembangan fasilitas usaha dapat melibatkan pembuatan kios tambahan atau penyesuaian desain untuk menampung lebih banyak anggota UMKM, serta meningkatkan kualitas pelayanan di sektor pariwisata dengan mengintegrasikan produk-produk UMKM dalam paket wisata.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Lamin Pamung Tawai berhasil meningkatkan kapasitas fisik dan digital anggota, memperbaiki fasilitas usaha, dan mengoptimalkan pemasaran produk melalui platform digital. Fasilitas baru meningkatkan kenyamanan dan keamanan berjualan, sementara sosialisasi digital marketing serta pengembangan website e-commerce memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pelanggan internasional. Meskipun beberapa anggota masih memerlukan pendampingan terkait literasi digital, kegiatan ini berhasil memberikan dampak ekonomi, sosial, dan budaya yang nyata, serta membuka peluang pengembangan usaha berkelanjutan di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diberikan kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat TA 2025 dengan nomor kontrak : 28/KONTRAK PENELITIAN/PKM/LPPM/UN-17/2025

DAFTAR PUSTAKA

- Haris, A. (2024). Marketing Strategies for Small and Medium Enterprises in Rural Areas. *Advances in Community Services Research*, 2(1), 8–23. <https://doi.org/10.60079/acsr.v2i1.338>
- Haryadi, R. M., Yoga Siswa, T. A., Sitorus, A. N., & Zilfana, Z. (2025). Optimizing destination branding in Pampang Cultural Village, East Kalimantan. *International Journal of Sustainable Community Services and Development (IJSCSD)*, 1(1), 38–49. <https://doi.org/10.63088/vyd1qp23>
- Jiménez-García, M., Pérez-Castillo, A. N., Gómez-Miranda, P., & Tavera Cortes, M. E. (2025a). Digital tools for SMEs in Mexico. Systematic review. *ECORFAN Journal Mexico*. <https://doi.org/10.35429/ejm.2025.16.34.1.1.11>
- Jiménez-García, M., Pérez-Castillo, A. N., Gómez-Miranda, P., & Tavera Cortes, M. E. (2025b). Digital tools for SMEs in Mexico. Systematic review. *ECORFAN Journal Mexico*. <https://doi.org/10.35429/ejm.2025.16.34.1.1.11>
- Muhammadiyah Mataram, U., Intan Juliantari, H., Ariani, Z., Yanti Sandra Dewi, N., Agustina, A., Hidayanti, N., & Syariah, E. (n.d.). *Seminar Nasional Paedagoria Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM*.
- Nafisa1, Y., & Syarofi2, M. (2024). The Impact of Digital Marketing and Marketplace Development on the Decline of Traditional MSME Income in Mlokorejo Village. *IJED: International Journal of Economy Development Research*, 03(02), 25–36. <https://doi.org/10.33650/ijed.v2i1>
- Ryan Pratamansyah, S. (2024). *Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia* (Vol. 2, Issue 2). <https://economics.pubmedia.id/index.php/jampk>
- Shilfina, N., & Ginting, A. (n.d.). *Integrated Digital Marketing at the KEE of Jantung Nusantara Tourism Village, Masakambing Island*.
- Yuliatiningtyas, S., Putrian, S. A., & Ramadiansyah, T. A. (2024). Empowerment of Digital Marketing and Women's Role in Rural Economic Development. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 4(2), 101–108. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v4i2.432>

Zamri, N. A. B., Abdul Rahim, R., & Norizan, N. B. (2024). The Effectiveness of Digital Marketing Towards SMEs: A Systematic Literature Review. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 11(2.2), 78–94. <https://doi.org/10.14738/assrj.112.2.16427>