



## Pengenalan Konsep Digitalization of International Relations Terhadap Modernisasi UMKM Kuliner Padukuhan Karangploso Dalam Memanfaatkan Penjualan Online Melalui Aplikasi Gobiz

Fatika Sinta Rizka Aisya<sup>1\*</sup>, Yeyen Subandi<sup>1</sup>, Diansari Solihah Amini<sup>1</sup>, Tanti Nurgiyanti<sup>1</sup>, Bagus Subekti Nuswantoro<sup>1</sup>, Harits Dwi Wiratma<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Respati Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

### Article Information

#### Article history:

Received Maret 4, 2026

Approved Maret 13, 2026

#### Keywords:

Karangploso; Pelaku  
UMKM; Internasional;  
Digitalisasi

#### ABSTRAK

Padukuhan Karangploso merupakan salah satu dusun yang berada di Kelurahan Sitimulyo, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Permasalahan yang dihadapi masyarakat adalah rendahnya literasi digital pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada sektor kuliner. Di era digitalisasi yang berkembang pesat, literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan dasar dalam menggunakan teknologi informasi, tetapi juga keterampilan memanfaatkan platform digital untuk mendukung operasional dan pemasaran usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM kuliner serta mendorong pemanfaatan aplikasi digital dalam memperluas pemasaran produk. Metode yang digunakan meliputi survei dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM kuliner di Padukuhan Karangploso. Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan, dilaksanakan program kerja berupa pengenalan konsep digitalisasi dan pemanfaatan aplikasi GoBiz sebagai sarana penjualan online dengan sasaran pelaku UMKM, khususnya Lapak Setren. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital melalui pemanfaatan aplikasi penjualan online mampu membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efektivitas operasional, memperluas jangkauan pemasaran, serta membuka peluang akses pasar yang lebih luas. Dengan demikian, digitalisasi usaha diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM kuliner dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

© 2025 JGEN

\*Corresponding author email: rizkashinta03@gmail.com

### PENDAHULUAN

Analisis situasi yang dilakukan merupakan upaya yang bertujuan menggali potensi dan kendala yang ada sebagai pedoman dalam merumuskan konsep awal terhadap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Berdasarkan analisis situasi dari hasil

survei, observasi, dan pengamatan maka diperoleh beberapa informasi tentang keadaan Padukuhan Karangploso yang meliputi kondisi geografis, fisik, dan non fisik. Berdasarkan informasi tersebut maka dirumuskan konsep awal atau matriks kerja yang nantinya menjadi acuan terhadap pelaksanaan kegiatan PKM. Pelaksanaan kegiatan PKM dari awal mencoba untuk menganalisis situasi di Padukuhan Karangploso, Kelurahan Sitimulyo, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada awal kegiatan kami melakukan wawancara dengan Kepala Dukuh Karangploso, Ketua RT.01, Ketua RT.02, Ketua RT.03, Ketua RT.04, dan Ketua RT.05, Ketua LPMD, Ibu Kader, Pemuda padukuhan, dan pihak-pihak terkait lainnya dalam rangka menggali informasi baik informasi fisik maupun informasi non fisik. Selanjutnya, kami juga melakukan pengamatan yang digunakan sebagai acuan dalam merumuskan kegiatan-kegiatan PKM.

Padukuhan Karangploso merupakan salah satu Padukuhan yang terletak di kelurahan Sitimulyo, Kapanewon Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Padukuhan ini memiliki potensi pertanian seperti padi, jagung, kacang tanah, dan juga terdapat beberapa warga yang memiliki peternakan sapi, kambing, dan ayam. Dari segi pertanian, wilayah ini memiliki lahan persawahan subur dan potensi air dengan jumlah yang cukup. Kegiatan sosial masyarakat di Padukuhan Karangploso tergolong terorganisir dengan baik dengan adanya pertemuan warga setiap bulannya serta kegiatan kerukunan warga lainnya sehingga terciptanya wilayah yang nyaman dihuni. Walaupun dengan kondisi sosial ekonomi, kepercayaan, dan latar belakang masyarakat Padukuhan ini berbeda namun perbedaan tersebut menjadi suatu sisi yang positif.

Padukuhan Karangploso ini memiliki luas 32 Hektare dengan jumlah penduduk sekitar 812 jiwa dengan potensi mata pencaharian yaitu pertanian, peternakan, dan wiraswasta. Berdasarkan penjelasan dari Kepala Dukuh bahwa Padukuhan ini juga terdapat Drainase yang baru selesai dibangun dengan luas 90m<sup>2</sup> dengan tujuan mengurangi debit air apabila terjadi curah hujan yang tinggi (Sitimulyo, 2022). Selain itu, Padukuhan Karangploso juga memiliki potensi pariwisata dan ekonomi yaitu wisata Setren Opak dan pelaku UMKM yang tergabung disana dengan nama "Lapak Setren". Setren Opak telah termasyhur sejak lama dengan berbagai potensi dan obyek yang ditawarkan. Namun sayangnya, sejak tahun 2016 Setren Opak mulai sepi pengunjung bahkan saat pandemi Covid – 19 obyek wisata tersebut tutup sehingga hal ini berdampak pada penurunan wisatawan dan menurunnya pendapatan pelaku UMKM disana.

Hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan salah satu pelaku UMKM Lapak Setren pada Rabu, 03 Juli 2024 pukul 14.30 WIB bertempat di Setren Opak disimpulkan bahwa sejak penurunan kunjungan wisatawan berdampak terhadap kondisi keberlangsungan. Sejak sepi pengunjung di obyek wisata Setren Opak pelaku UMKM beralih tempat transaksi jual beli yang tadinya berada di Setren Opak menjadi menjual dagangan mereka untuk dijual di pinggir jalan demi mendapatkan keuntungan bahkan sebelumnya grup WhatsApp yang menjadi media bertukar informasi sekarang mulai tidak aktif pembahasan karena beberapa pelaku UMKM memilih jalannya masing-masing.

Pelaku UMKM di Padukuhan Karangploso sebenarnya sangat variatif dengan berbagai kategori seperti bidang kuliner, jasa, produk/barang, dan sebagainya. Namun,

berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis ingin berfokus terkait perkembangan bisnis kuliner dikarenakan di Padukuhan tersebut memang telah memiliki komunitasnya yaitu Lapak Setren. Sejak sepinya pengunjung di Setren Opak berdampak terhadap keberlangsungan para pelaku Lapak Setren tersebut. Bidang kuliner misalnya beberapa pelaku UMKM yang ada di Padukuhan Karangploso berjualan makanan seperti telur asin, tahu walik, warung bakso, dawet, dan masih banyak lagi. Untuk itu, diperlukan upaya modernisasi dalam peningkatan literasi digital untuk pemasaran dan penjualan yang lebih efektif dan efisien. Dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital, literasi digital menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Literasi digital mencakup kemampuan untuk mengoperasikan teknologi informasi dan komunikasi serta keterampilan dalam memanfaatkan berbagai aplikasi online untuk manajemen bisnis dan pemasaran. Beragamnya produk kuliner dari berbagai daerah memberikan peluang untuk memanfaatkan platform digital guna menjangkau pasar yang lebih luas.

Literasi digital yang diimplementasikan bagi pelaku UMKM memiliki pengaruh besar terhadap upaya transformasi digital sehingga dibutuhkan pemahaman terkait peran digitalisasi dalam konteks bisnis agar mampu bersaing di pasar global (Maydita, 2023). Aplikasi online memberikan akses kepada UMKM kuliner untuk memasarkan produk mereka ke pasar internasional dan meningkatkan potensi ekspor. Sehingga, proses bottom up dengan menjangkau pasar yang lebih luas sehingga penulis memulai edukasi dengan pengenalan aplikasi penjualan online GoBiz yang dapat memberikan beragam potensi bagi UMKM. Melalui pemanfaatan aplikasi online GoBiz, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi internasional. Dengan demikian, literasi digital yang baik tidak hanya berdampak pada pertumbuhan bisnis UMKM secara lokal, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional melalui peningkatan ekspor dan daya saing global.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan survei dan wawancara mendalam kepada pelaku UMKM kuliner di Padukuhan Karangploso, Kelurahan Sitimulyo, Kapanewon Piyungan, Kabupaten Bantul. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM, khususnya terkait literasi digital dan pemasaran produk. Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) analisis situasi melalui observasi lapangan, survei, dan wawancara dengan pelaku UMKM; (2) identifikasi kebutuhan dan permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha; (3) pelaksanaan program edukasi dan sosialisasi mengenai digitalisasi usaha; serta (4) pendampingan pemanfaatan aplikasi penjualan online GoBiz sebagai media pemasaran dan transaksi digital. Sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM kuliner yang tergabung dalam komunitas Lapak Setren di Padukuhan Karangploso. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan literasi digital serta memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas operasional usaha, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum berjalannya program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), terdapat permasalahan mitra/ tempat PKM. Permasalahan mitra di padukuhan Karangploso terkait kurangnya literasi digital terhadap modernisasi pelaku UMKM sehingga hal ini penting untuk menjadi perhatian khusus bagi efisiensi dan efektivitas pemasaran penjualan. Upaya peningkatan literasi digital merupakan faktor kunci dalam memberdayakan pelaku UMKM kuliner untuk bersaing di era digital. Melalui pemanfaatan aplikasi online, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi internasional.

Kendala yang seringkali dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah terkait kemampuan literasi digital serta kenyataan dimana terjadinya kesenjangan digital. Kesenjangan tersebut disebabkan karena sebagian besar pelaku UMKM masih gagap dalam memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produknya. Transformasi digital telah memberikan kesempatan yang baik untuk melakukan pembaharuan. Dengan adanya pemasaran online maka akan memudahkan dalam keterjangkauan konsumen yang lebih luas sehingga tercipta peningkatan penjualan (UNAIR, 2023). Kondisi sejak terjadinya pandemi Covid-19 dengan ditutupnya Setren Opak maka menciptakan penurunan wisatawan yang datang berkunjung. Lapak Setren yang merupakan sebutan bagi pelaku UMKM yang telah berkecimpung dalam melakukan transaksi jual beli perdagangan di Setren Opak. Pelaku UMKM yang terbiasa menjual dagangannya di Setren Opak lambat laun mulai menysar keluar dengan berjualan di pinggir jalan, membuka warung kelontong, pasar, dan tempat lainnya. Bahkan interaksi yang terjadi melalui grup WhatsApp mulai mengalami penurunan sehingga hal itu menjadi kendala yang sangat disayangkan. Dalam perkembangannya, pelaku UMKM di padukuhan Karangploso semakin meningkat namun masih kurang dalam inovasi pemasaran produk melalui aplikasi online. Oleh karena itu, Perkembangan teknologi yang cepat menuntut UMKM untuk terus beradaptasi dan dapat menjadi peluang yang baik jika didukung oleh peningkatan literasi digital yang memadai.

Solusi yang ditawarkan pada PKM adalah “Pengenalan Konsep Digitalization of International Relations terhadap Modernisasi UMKM Padukuhan Karangploso dalam Memanfaatkan Penjualan Online Melalui Aplikasi GOBIZ” sebagai bentuk pembelajaran dan penyuluhan bagi pelaku UMKM Padukuhan Karangploso guna meningkatkan pemahaman literasi digital dan peluang pemasaran produk lokal pada tingkat internasional. Kegiatan pengenalan konsep Digitalisasi dan Hubungan Internasional ini diusung dengan pemaparan yang sesederhana mungkin agar mudah dipahami dan pelaku UMKM dapat dengan mudah mengambil kesimpulan serta mampu mengaplikasikan potensi pemasaran online melalui aplikasi GOBIZ.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan menggunakan metode presentasi dengan menampilkan power point yang berisi penjelasan digitalisasi dan modernisasi, data potensi produk kuliner untuk nasional maupun internasional, dan WhatsApp Group sebagai bentuk komunikasi dua arah secara online untuk membagikan tata cara mendaftar penjualan online melalui aplikasi GoBiz. Dalam melaksanakan pemaparan materi penulis juga berbagi pengalaman bisnis kulinernya sebagai bentuk motivasi bagi para pelaku

UMKM Padukuhan Karangploso. Di sela-sela penjelasan materi selalu mengikut sertakan peserta untuk berinteraksi dan tanya jawab. Hal tersebut dilakukan agar peserta tidak merasa jenuh dan diharapkan materi dapat mudah dipahami. Dalam pelaksanaan kegiatan ini selain melibatkan pelaku UMKM Padukuhan Karangploso sebagai peserta, teman-teman satu unit KKN juga turut berpartisipasi sebagai pendengar dan juga membantu terselenggaranya kegiatan ini selama persiapan hingga berakhirnya kegiatan tersebut. Selain itu, dalam pelaksanaan kegiatan ini melibatkan Ketua Desa Wisata Sitimulyo dan penanggung jawab Setren Opak sebagai pemberi izin, informasi data pelaku UMKM Karangploso, dan berbagai penyampaian informasi terkait kegiatan yang diadakan.

Pada pengabdian kepada masyarakat ini mengenai modernisasi UMKM Kuliner, penulis telah memaparkan materi yang telah disiapkan. Pemaparan dimulai dengan pemahaman secara umum mengenai definisi modernisasi UMKM yang merupakan proses mengadaptasi dan mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah di sektor kuliner guna lebih sesuai dengan perkembangan teknologi dan tuntutan pasar saat ini. Tujuan dari modernisasi ini adalah untuk meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan kualitas layanan serta p'roduk yang ingin ditawarkan. Pembahasan ini juga menjelaskan lebih lanjut mengenai aspek penting diantaranya yang pertama, digitalisasi yaitu penggunaan teknologi digital untuk mengelola operasional bisnis seperti aplikasi pemesanan makanan online (GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood) menjadi bagian dari digitalisasi ini. Kedua, pemasaran online yaitu memanfaatkan media sosial, website, dan platform e-commerce untuk mempromosikan produk kuliner dan menjangkau lebih banyak pelanggan contohnya penggunaan strategi pemasaran digital. Ketiga, inovasi produk yaitu mengembangkan dan memperbaharui produk kuliner agar sesuai dengan tren pasar dan preferensi konsumen, hal tersebut berupa penambahan variasi menu, inovasi dalam penyajian makanan, atau memperhatikan aspek kesehatan dan keberlanjutan.

Pemaparan yang telah dilakukan juga mencantumkan data potensi UMKM kuliner terhadap pasar dalam negeri dan global. Tahun 2022 mencatat bahwa industri makanan menempati posisi teratas dengan jumlah 1.5 juta di Indonesia. Industri makanan dan minuman selalu memiliki permintaan yang tinggi karena makanan adalah kebutuhan dasar manusia. Selain itu, adanya tren kuliner, pariwisata, dan gaya hidup modern semakin meningkatkan permintaan terhadap produk kuliner yang beragam. Setiap negara, termasuk Indonesia, memiliki kekayaan kuliner yang beragam dan unik. Keunikan ini menarik minat konsumen di dalam dan luar negeri yang selalu mencari pengalaman kuliner baru dan otentik. Selain itu, Kemajuan teknologi memungkinkan UMKM kuliner untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform digital dan e-commerce. Dengan pemasaran online, UMKM dapat mempromosikan produk mereka ke berbagai daerah dan bahkan ke pasar internasional tanpa harus memiliki toko fisik di setiap lokasi.





Tidak hanya memperkenalkan konsep digitalisasi dan hubungan internasional sebagai implementasi modernisasi UMKM Kuliner penulis juga memberikan edukasi terkait aplikasi penjualan online yaitu GoBiz. GoBiz merupakan aplikasi yang diinisiasi oleh Gojek untuk membantu para pengusaha UMKM kuliner untuk mengembangkan usahanya melalui genggamannya. GoBiz juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau jutaan pengguna Gojek di seluruh Indonesia sehingga meningkatkan potensi

penjualan dan basis pelanggan. Berdasarkan laporan Data.ai menunjukkan rata – rata unduhan aplikasi transportasi online tertinggi yaitu Gojek sebesar 957 ribu unduhan per tahun (GOBIZ, 2019). Fitur yang terdapat pada GoBiz termasuk lengkap mulai dari layanan kasir, monitor penjualan, food delivery, hingga penerimaan pembayaran non tunai. Melalui edukasi aplikasi penjualan online maka diharapkan kemampuan pengelolaan dan strategi untuk pengembangan bisnis sangat diperlukan bagi pelaku UMKM kuliner sehingga dapat memaksimalkan potensi usaha demi kemajuan yang diinginkan. Selain itu, upaya diversifikasi produk kuliner dapat dimulai dengan perencanaan sebagai pengendalian internal dalam mempertahankan kelangsungan usaha dan profitabilitas yang meliputi kegiatan operasional, investasi, serta pendanaan (Nuswantoro, 2024).

Indikator keberhasilan yang dapat penulis simpulkan bahwasanya hasil dari program ini telah ada pelaku UMKM yang berhasil mendaftarkan usahanya di aplikasi GoBiz. Upaya yang penulis lakukan dalam membagikan dokumen tata cara mendaftar di aplikasi GoBiz telah diimplementasikan dengan pembuatan data pemilik dan kelengkapan data usaha oleh pelaku UMKM. Ibu Eko yang merupakan salah satu pelaku UMKM yang telah berhasil mengaplikasikan hal tersebut. Beliau berharap dengan tetap berjualan di Setren Opak secara online melalui aplikasi GoBiz tidak hanya meningkatkan penjualan dan pendapatan secara pribadi tapi juga sebagai media peningkatan kunjungan obyek wisata di Setren Opak tersebut. Lain halnya dengan pelaku UMKM yang belum berhasil mendaftarkan usahanya di aplikasi GoBiz dikarenakan masih terkendala dengan akses digital seperti sarana dan prasarana handphone yang tidak dapat mengunduh dan kesiapan pelaku UMKM terhadap modernisasi dalam memenuhi kelengkapan data yang dibutuhkan.

**Tabel 1.** Dokumentasi Kegiatan

<b>Dokumentasi</b>	<b>Keterangan</b>
	<p>Pembuka dan pengenalan sebagai awal interaksi dengan ibu-ibu pelaku UMKM. Kegiatan tersebut dilaksanakan di Setren Opak dimulai pada pukul 11.00 WIB</p>

	<p>Menyapa ibu-ibu pelaku UMKM serta penjelasan mengenai latar belakang kegiatan ini dapat diadakan. Kegiatan ini sebagai edukasi peningkatan literasi digital dengan tujuan modernisasi dan adaptasi perkembangan teknologi terhadap produk lokal</p>
	<p>Penjelasan pertama terkait alasan kenapa memilih judul tersebut. Penjelasan ini dilator belakang dengan upaya modernisasi produk UMKM agar dapat berdaya saing secara nasional maupun internasional</p>
	<p>Penjelasan terkait potensi UMKM di Indonesia pada tahun 2022 menunjukkan bahwa UMKM kuliner berada pada tingkat yang paling atas. Industri makanan dan minuman selalu memiliki permintaan yang tinggi karena makanan adalah kebutuhan dasar manusia. Selain itu, adanya tren kuliner, pariwisata, dan gaya hidup modern semakin meningkatkan permintaan terhadap produk kuliner yang beragam</p>
	<p>Antusiasme ibu – ibu pelaku UMKM yang hadir dan berpartisipasi yaitu sekitar 20 orang</p>

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan bersamaan dengan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Padukuhan Karangploso bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM kuliner melalui pengenalan konsep digitalisasi dan pemanfaatan aplikasi GoBiz sebagai media penjualan online. Kegiatan ini memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan efektivitas operasional usaha serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM mulai memahami konsep digitalisasi usaha dan terdapat peserta yang berhasil mendaftarkan usahanya pada platform penjualan online. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital dapat menjadi langkah awal dalam mendorong modernisasi UMKM kuliner di Padukuhan Karangploso. Dengan dukungan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, pemanfaatan teknologi digital diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM serta membuka peluang pasar yang lebih luas bagi produk kuliner lokal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberi dukungan finansial terhadap pelaksanaan kegiatan ini, dan jurnal pengabdian yang sudah dapat menerbitkan hasil dari pengabdian yang sudah dilakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abas, T. T., Ridwansyah, R., Lasmiatun, K., Alfian, A., & Setiawan, Z. (2023). Kelangsungan hidup UMKM di tengah dan pasca pandemi Covid-19: Digital marketing strategy. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.10598>
- Abelyfaya, S. A., & Majid, N. (2024). Peningkatan literasi digital dan pemasaran UMKM melalui pendampingan mahasiswa di Wiyung Surabaya. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4). <https://doi.org/10.57218/jompaabdi.v4i4.2418>
- Asyiffa, M. R., Rozak, W. A., & Hadi, R. (2024). Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(4). <https://doi.org/10.61722/jipm.v3i4.1140>
- Aulia, V., & Wafa, Z. (2023). Digital marketing sebagai upaya perluasan pemasaran pasca pandemi pada produk UMKM. *Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 20–27.
- Fauziah, F., & Suarantalla, R. (2024). Pengaruh literasi digital, inovasi produk, dan pemasaran melalui media sosial terhadap kinerja pemasaran UMKM di era ekonomi digital. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(1). <https://doi.org/10.23969/jp.v10i01.30690>
- GOBIZ. (2019). Apa itu GoBiz & Keuntungannya Bagi Usaha Anda. <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/apa-itu-gobiz/>

- Jihan, S., Fitriaty, F., & Lubis, T. A. (2023). Pengaruh literasi digital dan strategi bisnis online to offline (O2O) terhadap business sustainability di era digital. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(5). <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i05.37735>
- Maydita, P. (2023). Pentingnya Literasi Digital Bagi Pelaku UMKM Tanah Air. <https://www.rri.co.id/daerah/482332/pentingnya-literasi-digital-bagi-pelaku-umkm-tanah-air>
- Nurfitriya, M., Fauziyah, A., Koeswandi, T. A. L., Yusuf, I., & Rachmani, N. N. (2021). Peningkatan literasi digital marketing UMKM Kota Tasikmalaya. *Acitya Bhakti: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.32493/acb.v2i1.14618>
- Nuswanto, B. S. (2024). Pelatihan Pengembangan Bisnis Melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/swarna/article/view/1133/973>
- Sari, B. M., & Bayangkara, I. B. K. (2024). Analisis perkembangan strategi pemasaran digital oleh UMKM lokal dalam menghadapi tantangan transformasi digital. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, 5(4). <https://doi.org/10.69957/grjb.v5i04.2575>
- Sitimulyo. (2022). PROFIL DUSUN KARANGPLOSO. <https://sitimulyo.bantulkab.go.id/first/artikel/389>
- Sulistyo, A., Yudiandri, T. E., Ernawati, H., & Adianto. (2022). Literasi digital pelaku UMKM dalam upaya menciptakan bisnis berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2). <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.197>
- Tamyiz, U. M. H., Munir, M., Furqon, C., & Dirgantari, P. D. (2023). Literasi digital di UMKM: Tinjauan sistematis dan pengembangan kerangka teoretis terintegrasi menggunakan metode PRISMA. *Jurnal Algoritma*, 22(2).
- UNAIR. (2023). Literasi Digital dan Mekanisme Survival Pelaku UMKM dalam Praktik Sharing Economy. <https://unair.ac.id/literasi-digital-dan-mekanisme-survival-pelaku-umkm/>