



Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Buahbatu

Muhammad Rizqi Hartono¹, Deri Apriadi²

Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

Email: rizqitenz@gmail.com¹, deriukri08@gmail.com²

Alamat: Jl. Terusan Halimun No.37, Lkr. Sel., Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat

Korespondensi penulis: rizqitenz@email.com

Abstract. *One of the main strategies used by the government to empower communities and accelerate the economic growth of a country is the existence of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Digital technology, in addition to other technical advances, is currently having a major impact on society by making it easier for businesses of all sizes to operate and gain recognition across borders. The main objective of this study is to find out how the use of advanced technology can boost the income of MSMEs in Buahbatu. This system uses the SPSS 26 variation program to integrate various iterative examination processes. Both additional information and information used are equally significant. The scientists themselves collect research data through a selection process using observational polls with a questionnaire list. The results of the study show that the application of digital technology has a positive and significant impact on the growth of income of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Buahbatu Regency. This study shows that the use of digital technology can increase marketing space, income, and output.*

Keywords: Digital Technology, Development, MSMEs.

Abstrak. Salah satu strategi utama yang digunakan pemerintah untuk memberdayakan masyarakat dan mempercepat pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah keberadaan UMKM. Di antara perkembangan teknologi lainnya, teknologi digital saat ini memberikan dampak yang signifikan terhadap masyarakat dengan memfasilitasi operasi lintas batas dan pengakuan bagi perusahaan dari semua ukuran. Tujuan utama studi ini adalah untuk menentukan bagaimana penggunaan teknologi mutakhir dapat meningkatkan pendapatan UMKM di Buahbatu. Sistem ini menggunakan program variasi SPSS 26 untuk mengintegrasikan berbagai proses pemeriksaan iteratif. Pentingnya informasi yang digunakan dan informasi tambahan sama pentingnya. Melalui proses seleksi yang menggabungkan daftar kuesioner dan jajak pendapat observasi, para ilmuwan sendiri mengumpulkan data penelitian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan pendapatan UMKM Kabupaten Buahbatu dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penggunaan teknologi digital. Menurut laporan ini, penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan output, pendapatan, dan ruang pemasaran.

Kata kunci: Teknologi Digital, Pengembangan, UMKM

1. LATAR BELAKANG

Salah satu kekuatan utama di balik perubahan ekonomi dunia, termasuk di Indonesia, adalah perkembangan teknologi digital. UMKM sangat penting bagi pembangunan ekonomi suatu negara. Menurut definisinya, kewirausahaan adalah proses yang terstruktur dan sederhana yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan, minat, dan keahlian seseorang untuk menghasilkan karya inovatif atau kreatif dan mendorong pengambilan risiko. (Novedliani, 2024, p. 636) Namun, meskipun digitalisasi organisasi semakin cepat, mereka sebenarnya harus menghadapi masalah penting. Teknologi digital sangat penting bagi UMKM untuk tumbuh agar menjadi lebih berkelanjutan dan kompetitif. (BPS.go.id, 2021).

UMKM kini memiliki cara baru untuk menjangkau khalayak yang lebih luas berkat perangkat digital seperti media sosial, platform e-commerce, dan Internet. UMKM dapat

menggunakan media sosial untuk meningkatkan profil mereka dan terlibat langsung dengan konsumen dengan membangun komunitas. Menurut jajak pendapat Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet, 17,17 juta orang Indonesia menggunakan internet pada tahun 2021, meningkat 10,12% dari 27,9 juta pada tahun 2020. (APJII, 2021). Pada 18 Mei 2021, masyarakat Indonesia menggunakan data sosial media paling sering. (Apjii.or.id, 2021)

Selain itu, teknologi digital membantu UMKM beroperasi dengan lebih efisien. UMKM dengan teknologi digital dapat mengelola sumber daya dengan lebih baik dengan aplikasi akuntansi, dan perangkat lunak manajemen. Bagi UMKM, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dapat menurunkan biaya operasional dan meningkatkan produktivitas. Mengingat UMKM di Bandung umumnya memiliki keterbatasan dana, hal ini menjadi sangat penting. Baik mereka yang memulai perusahaan baru maupun memperluas perusahaan yang sudah ada, modal usaha merupakan alat krusial yang dapat membantu calon wirausahawan dalam memulai usahanya..(Nugroho, 2024)

Namun, terlepas dari faktor permodalan, sulit bagi UMKM di Bandung untuk menggunakan teknologi digital. Menurut Purnamasari dan Hidayat (2020), salah satu faktor yang menghambat adopsi di kalangan UMKM adalah kurangnya pemahaman tentang teknologi digital seperti banyaknya pemilik UMKM yang merasa kesulitan untuk memahami dan mengimplementasikan teknologi baru, sehingga mereka cenderung enggan untuk berinvestasi dalam teknologi digital. Hambatan lainnya termasuk akses internet yang terbatas, kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital, dan biaya investasi yang relatif tinggi. (Purnomo dalam Krisnaresanti & Anggraeni, 2023, p. 367)

Besarnya laba yang diperoleh pengusaha terkait pada besarnya pendapatan usaha. Keberhasilan usaha ditunjukkan dengan perolehan keuntungan usaha. Menurut sudut pandang ini, suatu perusahaan dianggap berhasil jika memperoleh laba karena itulah tujuan setiap orang yang menjalankan usaha. Oleh karena itu, karena akan menghambat potensi keberhasilan perusahaan, maka persoalan ini tidak boleh dibiarkan berlanjut. (Fithriani & Marditama, 2020)

Tidak banyak orang yang menyadari bagaimana teknologi digital dapat membantu operasional UMKM. Platform media sosial populer seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan lainnya digunakan oleh banyak pemasar untuk mengiklankan barang dan jasa mereka. Untuk menarik pelanggan ke UMKM sebagian lainnya bekerja sama dengan pasar inovatif seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dll. (G. Kuswara et al., 2020) Anda dapat menghasilkan banyak uang dan, lebih tepatnya, meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga dengan menggunakan platform digital seperti GrabFood, GoFood, dan media sosial lainnya untuk mengiklankan penjualan dan pembelian barang dan jasa. (Afrilia dalam Nugroho, 2024, p. 45).

Penggunaan teknologi digital tidak hanya memengaruhi pemasaran dan operasi, tetapi juga pengembangan produk dan layanan baru. UMKM yang paham teknologi digital biasanya lebih siap untuk mengembangkan dan menyediakan barang yang memenuhi permintaan konsumen.), UMKM dapat menciptakan barang yang lebih kompetitif dan relevan dengan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam proses inovasi mereka. Hal ini sangat penting di Buahbatu, di mana pelanggan menuntut barang yang lebih khas dan unggul. (Choudhury, V., & Kar, n.d.).

Komunikasi global telah berubah sebagai hasil dari Internet. Karena menguntungkan kedua belah pihak, penggunaan internet yang efektif dapat mendekatkan hubungan bisnis dengan pelanggan. Namun, penggunaan yang tidak tepat juga dapat menyebabkan masalah; misalnya, mengirim e-mail terus-menerus dapat mengganggu pelanggan. (Colgate & Smith pada Mulia & Sulungbudi, 2019, p. 17)

Pemasaran digital, salah satu pemanfaatan teknologi digital, khususnya internet, memiliki dampak yang signifikan terhadap UMKM. Salah satu metode pemasaran baru adalah pemasaran digital, bukan sekadar pemasaran tradisional yang dipadukan dengan teknologi digital. Karena tidak ada standar tunggal untuk menggabungkan teknologi digital yang dapat digunakan oleh semua perusahaan, penting untuk mempertimbangkan keadaan unik masing-masing perusahaan saat menerapkannya. (Chevers, & A. Williams pada Mulia & Sulungbudi, 2019, p. 17).

2. KAJIAN TEORITIS

Teknologi Digital

Teknologi informasi yang menekankan penggunaan komputer atau perangkat digital lainnya untuk menyelesaikan tugas alih-alih bergantung pada tenaga manusia dikenal sebagai teknologi digital. Teknologi ini sering kali terdiri dari sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca komputer dengan sistem operasi otomatis dan canggih..(Danuri, 2019). Salah satu sumber daya yang tersedia bagi UMKM untuk pemasaran produk adalah teknologi digital. Program yang memanfaatkan media digital atau internet untuk memasarkan atau mempromosikan suatu merek dikenal dengan istilah digital marketing. Inisiatif ini, kadang-kadang disebut sebagai "pemasaran digital", menggunakan media digital untuk mengiklankan atau mempromosikan suatu merek atau produk. Hal ini dimungkinkan oleh pertumbuhan pengguna internet dan teknologi, yang menjadikan internet sebagai pasar yang sangat potensial. Istiqomah dalam (Novita, 2024)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

UMKM sangat penting bagi perekonomian rakyat dan memegang peranan krusial dalam mewujudkan sistem perekonomian nasional yang lebih maju, adil, dan seimbang. Penyelenggaraan perekonomian nasional difokuskan pada upaya menciptakan sistem perekonomian yang berpihak pada kerakyatan, berkeadilan, bertanggung jawab, transparan, dan berdaya saing di pasar regional maupun internasional guna mewujudkan tujuan tersebut. (Zia, 2020)

Menurut Ina Primiana dalam (Haryani, 2022) UMKM merupakan perluasan dari empat sektor ekonomi utama yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia, yaitu manufaktur, agribisnis, bisnis kelautan, dan sumber daya manusia. Menurut Ina Primiana, UMKM juga dapat diartikan sebagai bangkitnya berbagai industri dan peluang serta perluasan sektor-sektor utama untuk mempercepat pemulihan ekonomi dan mendukung proyek-proyek penting. Sementara itu, usaha kecil menjadi cara yang lebih umum untuk memberdayakan masyarakat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian yang berlangsung selama 2-3 minggu, dari bulan Mei hingga bulan April 2025 ini dilakukan di wilayah Kecamatan Buahbatu, Kota Bandung dan difokuskan pada dampak teknologi digital terhadap pertumbuhan UMKM. Sebanyak 31 responden menjadi sampel penelitian dalam penelitian ini yang difokuskan pada pelaku UMKM setempat di Kecamatan Buahbatu.

Informasi untuk penelitian ini dikumpulkan dengan mengirimkan kuesioner kepada pemilik usaha kecil dan menengah serta melakukan survei persepsi. Dengan menggunakan informasi penting yang dikumpulkan di lokasi inspeksi melalui distribusi kuesioner langsung kepada responden dan observasi. Terlihat jelas betapa teliti dan akuratnya penilaian sentimen publik terhadap responden. Pemahaman awal di antara para analis adalah bahwa jajak pendapat tersebut didistribusikan untuk tujuan penelitian ilmiah.

Sugiyono (2019:225) mendefinisikan sumber data sebagai sesuatu yang dapat menawarkan informasi tentang data. Data dibedakan menjadi dua jenis jika dilihat dari sumbernya yaitu:

Data primer adalah informasi yang dihasilkan oleh peneliti secara khusus untuk menjawab permasalahan yang diteliti. Peneliti mengumpulkan data langsung dari sumber asli atau lokasi penelitian.

Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan untuk membahas suatu masalah. Informasi ini tersedia secara luas. Literatur, makalah, jurnal, dan situs web yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan merupakan sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini.

Ada empat hal yang perlu difokuskan: metode ilmiah, informasi, tujuan, dan aplikasi tertentu. Proses pengumpulan, evaluasi, dan penafsiran data yang berkaitan dengan tujuan penelitian dikenal sebagai metode penelitian ini. (Sugiyono 2019).

Istilah metode tradisional sering digunakan untuk menggambarkan penelitian kuantitatif. Pendekatan ilmiah, positivis, dan eksploratif. Metode ini disebut pendekatan kuantitatif karena data penelitian bersifat numerik dan tunduk pada analisis statistik. Sugiyono (2019:16).

Metode Pengumpulan Data menurut Sugiyono (2019:227) menyatakan bahwa observasi, angket, wawancara, dan gabungan ketiganya dapat digunakan sebagai metode pengumpulan data.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Untuk mengetahui kekuatan korelasi antar variabel, khususnya variabel teknologi digital (X) dan pengembangan UMKM (Y), digunakan uji validitas. Uji validitas dari SPSS 26 sebagai berikut:

Uji Validitas Variabel Teknologi Digital (X) :

Koefisien validitas setiap item pernyataan pada tabel 1.1 di bawah ini menampilkan temuan Uji Validitas Teknologi Digital (X) sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Uji Validitas Teknologi Digital (X)

Variabel	Indikator	Nilai Koefisiensi Korelasi		Kesimpulan
		R Itung	R tabel	
Teknologi Digital	X1	0,893	0,361	Item Pernyataan Valid
	X2	0,876	0,361	
	X3	0,902	0,361	
	X4	0,862	0,361	
	X5	0,830	0,361	
	X6	0,881	0,361	
	X7	0,557	0,361	

Sumber: Pengujian SPSS 26, Data Diolah 2025

Uji Validitas Variabel Pengembangan UMKM (Y)

Koefisien validitas masing-masing item pernyataan pada tabel 1.2 di bawah ini menunjukkan hasil uji validitas pengembangan UMKM (Y):

Tabel 1. 2 Uji Validitas Pengembangan UMKM (Y)

Variabel	Indikator	Nilai Koefisiensi Korelasi		Kesimpulan
		R Itung	R tabel	
Pengembangan UMKM	Y1	0,869	0,361	Item Pernyataan Valid
	Y2	0,843	0,361	
	Y3	0,776	0,361	
	Y4	0,873	0,361	
	Y5	0,893	0,361	

Sumber: Pengujian SPSS 26, Data Diolah 2025

Uji Realibilitas

Dengan menggunakan analisis reliabilitas melalui analisis data di SPSS 26 untuk variabel Teknologi Digital (X) dan variabel Pengembangan UMKM (Y), Uji keandalan dilakukan untuk menentukan apakah tanggapan yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Koefisien reliabilitas dihasilkan dengan menganalisis data menggunakan analisis data SPSS, seperti Tabel 1.3 di bawah ini:

Tabel 1. 3 Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas Teknologi Digital (X) dan Pengembangan UMKM (Y)	Cronbach's Alpha	Ket.
Teknologi Digital	0,925	Reliabel
Pengembangan UMKM	0,903	Reliabel

Sumber: Pengujian SPSS 26, Data Diolah 2025

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil penelitian ini, khususnya yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 31 responden karyawan yang merupakan pengusaha UMKM di Buahbatu, diolah menggunakan analisis statistik deskriptif. Hasil analisis statistik deskriptif masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Variabel Teknologi Digital (X1)

Tabel di bawah ini memberikan penjelasan tentang variabel teknologi digital penelitian yang mencakup setiap pernyataan yang diambil dari item yang digunakan sebagai pernyataan. Tabel ini juga menampilkan tabel total skor, tabel 1.4, tabel 1.5 penjelasan dibawah ini :

Tabel 1. 4 Nilai Bobot Standar

Persentase	Kategori
31-56	Sangat Tidak Setuju
57-82	Tidak Setuju
83-108	Netral
109-134	Setuju
135-160	Sangat Setuju

Sumber: Pengujian SPSS 26, Data Diolah 2025

Tabel 1. 5 Analisis Deskriptif Variabel Teknologi Digital (X)

Indikator	Frekuensi Dan Bobot Pada Alternatif Jawaban										Bobot Aktual	Bobot Ideal	Persentase (%)
	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
	F	B	F	B	F	B	F	B	F	B			
X.1	18	90	8	32	2	6	0	0	2	2	130	160	83,8%
X.2	11	55	12	48	3	9	1	2	2	2	116	160	74,8%
X.3	12	60	8	32	4	12	3	6	2	2	102	160	65,8%
X.4	17	85	8	32	1	3	1	2	2	2	124	160	80%
X.5	7	35	13	52	5	15	4	8	2	2	112	160	72,2%
X.6	8	40	11	44	4	12	3	6	3	3	105	160	67,7%
X.7	12	60	9	36	6	18	0	0	2	2	116	160	74,8%

Jumlah Bobot Aktual Variabel X	805	1085	74,1%
Rata-rata bobot Aktual terhadap variabel X	115	155	

Sumber: Pengujian SPSS 26, Data Diolah 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil analisis Deskriptif Variabel Teknologi Digital (X1), sebesar 115 dengan kriteria “Baik”.

2. Variabel Pengembangan UMKM (Y)

Tabel ini menjelaskan variabel Pengembangan UMKM (Y) dalam penelitian ini, yang diambil dari masing-masing pernyataan dari item yang dijadikan pernyataan.

Tabel ini juga menampilkan tabel total skor.1.6 dibawah ini :

Tabel 1. 6 Analisis Deskriptif Variabel Pengembangan UMKM (Y)

Indikator	Frekuensi dan Bobot pada alternatif jawaban										Bobot Aktual	Bobot Ideal	Persentase (%)
	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
	F	B	F	B	F	B	F	B	F	B			
Y.1	7	35	9	36	4	12	5	10	3	3	96	155	61,0%
Y.2	9	45	11	44	4	12	2	4	3	3	108	155	69,6%
Y.3	4	20	10	40	10	30	3	6	2	2	98	155	63,2%
Y.4	7	25	16	64	3	9	1	2	2	2	102	155	65,8%
Y.5	10	15	8	32	7	21	2	4	2	2	74	155	47,7%
Jumlah Bobot Aktual Variabel Y											478	775	61,6%
Rata-rata bobot Aktual terhadap variabel Y											95,6	155	

Sumber: Pengujian SPSS 26, Data Diolah 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil analisis Dekriptif Variabel Pengembangan UMKM (Y1), sebesar 95,6 dengan kriteria “Netral”.

Analisis Korelasi

Uji ini juga menggunakan perangkat lunak SPSS. Uji hipotesis SPSS menghasilkan temuan berikut:

Tabel 1. 7 Analisis Korelasi

		Total Y	Total X
X	Pearson Correlation	0,808	1000
	Sig. (1-tailed)	0,000	
	N	31	31
Y	Pearson Correlation	1000	0,808
	Sig. (1-tailed)		0,000
	N	31	31

Sumber: Pengujian SPSS 26, Data Diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis korelasi, nilai Korelasi Pearson sebesar 0,808 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan positif antara variabel Total X dengan Total Y. Hal ini berarti bahwa nilai Total Y cenderung semakin tinggi seiring dengan semakin tingginya nilai Total X..

Nilai signifikansi (Sig. 1-tailed) sebesar 0,000 jauh lebih kecil daripada nilai alpha sebesar 0,05, yang menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan menguntungkan antara kedua variabel tersebut.

Koefisien Determinasi

Tabel 1. 8 Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,808 ^a	,635	,642	3,093	1,690

Sumber: Pengujian SPSS 26, Data Diolah 2025

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana teknologi digital mempengaruhi ekspansi UMKM di wilayah Buahbatu. Data dari 32 responden pemilik UMKM, analisis dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dan tes uji reliabilitas dan validitas penelitian dan menganalisis metode yang relevan. Temuan analisis

menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki pengaruh positif yang besar terhadap pertumbuhan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM secara langsung dipengaruhi oleh pengaruh teknologi digital.

Tidak banyak pengusaha yang benar-benar memanfaatkan internet untuk mendukung bisnis mereka. Konsep konvensional masih menjadi dasar proses bisnis, dan teknologi digital sebagian besar digunakan untuk komunikasi pelanggan. Hanya sedikit perusahaan yang mendukung proses industri, termasuk pengadaan bahan baku atau peralatan produksi, dengan teknologi digital, khususnya internet.

Perkembangan UMKM di wilayah Buahbatu dipengaruhi oleh teknologi digital, akibatnya semakin banyak teknologi digital yang dimanfaatkan maka semakin besar pula tingkat omset atau penjualannya, berdasarkan beberapa simpulan yang diperoleh dari penelusuran informasi dan pembahasan hasil eksplorasi.

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan terhadap pelaku usaha UMKM di Buahbatu, teknologi digital dapat memperluas jangkauan pemasaran melalui iklan di media sosial, dan meningkatkan omset penjualan. Selain itu, faktor internal seperti penguasaan teknologi yang kurang memadai dan kurangnya pemahaman manajemen yang solid menjadi penyebab utama tantangan atau permasalahan yang dihadapi pelaku usaha UMKM.

Diperlukan pengetahuan positif tentang bagaimana teknologi digital, khususnya internet, dapat mendukung operasi perusahaan dan menyebarkan informasi tentang kemudahannya. Pemilik UMKM juga harus menerima instruksi yang cukup tentang penggunaan internet. Mengurangi skeptisisme tentang penggunaan internet dan memastikan penggunaan yang tepat adalah tujuan dari kursus ini.. (Oly Ndubisi pada Mulia & Sulungbudi, 2019, p. 24).

DAFTAR REFERENSI

- Apjii.or.id. (2021). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Apjii.or.Id. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internetindonesia-tembus-221-juta-orang>
- BPS.GO.ID. (2021). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2021*. BPS.GO.ID. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/04/18/228f9c6242ef5a06b2dc740e/profil-industri-mikro-dan-kecil-2021.html>
- Choudhury, V., & Kar, A. K. (n.d.). *Adoption of Digital Technologies by SMEs for Sustainability and Value Creation: Moderating Role of Entrepreneurial Orientation*. 2020. <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/13/7949>
- Danuri, M. (2019). Development and transformation of digital technology. *Infokam*, XV(II), 116–123.
- Fithriani, M., & Marditama, T. (2020). Pengaruh kemampuan enterpreneur dalam mengembangkan bisnis terhadap keberhasilan usaha. *Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 1(2), 41–48. <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/prospek/article/view/2949/1675>.
- Haryani, D. (2022). Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Pengembangan Usaha Anyaman Rumbai Di Desa Sidang Mas Banyuasin Iii Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Sosial*, 17(2), 76–88. <https://doi.org/10.62128/jiads.v17i2.47>
- Krisnaresanti, A., & Anggraeni, A. I. (2023). *PENINGKATAN PEMASARAN DIGITAL UMKM JAMU TRADISIONAL “ JALUMAS ” SEBAGAI UPAYA PENGUATAN DAYA SAING USAHA*. 366–371.

- Mulia, F., & Sulungbudi, B. M. (2019). Pemanfaatan Teknologi Digital Pada Umkm (Studi Penggunaan Internet Pada Ppkm Kabupaten Bandung). *Journal of ccouting and Business Studies*, 4(2), 15–25. <https://doi.org/10.61769/jabs.v4i2.468>
- Novedliani, R. (2024). *Kajian Literatur : Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha*. 8(April), 635–643.
- Novita, Y. (2024). *Pengaruh E-Commerce , Digital Marketing , Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial*. 10(5), 3004–3011.
- Nugroho, I. I. (2024). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Dusun Serut. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2). <https://doi.org/10.30742/economie.v5i2.3599>
- PURWANINGDYAH, S. W. S., SUMADHINATA, Y. E., & KUSWARA, G. B. (2020). Pentingnya Pelatihan Peningkatan Pengetahuan Marketing Online Di Era Pandemi Covid 19 Bagi UMKM Di Wilayah Jawa Barat. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 3, 1140–1143. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v3i0.951>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Zia, H. (2020). Pengaturan Pengembangan Umkm Di Indonesia. *Rio Law Jurnal*, 1(1). <https://doi.org/10.36355/rlj.v1i1.328>