



SOCIRCLE:
Journal Of Social Community Services

Journal homepage:
<https://socircle.xjournal.com/ojs/index.php/socircle/index>



Pendampingan Strategi Pengelolaan Transformasi Digital: *E-Business Strategy And Implementation*

Wenti Ayu Sunarjo^{1*}, Ari Muhardono², Titi Rahayu Prasetyani³, Mukhamad Adzhar Sultan⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pekalongan , Indonesia

*Correspondence: E-mail: wentiayu@unikal.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received 15 Mart 2024

Revised 16 April 2024

Accepted 22 Mei 2024,

Keywords:

Digital Transformation,

Business Strategy,

E-Business,

DANA,

QRIS, MSMEs

ABSTRACT

Sumurjomblangbogo Village has now developed rapidly, especially in improving the performance of SMEs. Since the establishment of the Tirta Arum swimming pool tourism, the development of MSMEs, especially in the culinary sector, has had great opportunities to market their products. People in nearby locations take advantage of the existence of tourist attractions to improve the economy by selling culinary products in canteens or kiosks around tourist locations. However, as time goes by, especially the era of digitalization, the work of MSMEs should be obliged to follow developments in digitalization. Through PkM activities carried out by answering partner problems in the fields of management and marketing. PkM activities carried out in the form of digital transformation activities include; e-business training and mentoring, Qris registration as an alternative to cashless payments and product innovation and diversification to manage competitive business management. PkM activities are carried out at the target of productive partners, namely culinary MSMEs which are members of the KUBE developed by BUMDes Sumurjomblangbogo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan. Furthermore, the results of PkM activities are evaluated for providing solutions to partner problems so that partners can apply the results of training and mentoring. Apart from that, activity partners can become independent MSMEs and are also able to empower competitiveness and achieve all businesses.



DOI : <https://doi.org/10.58468/socircle.v3i1.19>

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1. Introduction

Kehidupan masyarakat Desa Sumurjomblangbogo sebagian besar berpekerjaan sebagai petani, tak sedikit pula warga yang membuka warung kelontong untuk menambah penghasilan, terlebih banyaknya wanita yang menjadi tulang punggung perekonomian keluarga di daerah tersebut. Interaksi sosial masyarakatnya sangat harmonis dan rukun, satu sama lain saling menghargai dan menghormati sehingga tercipta lingkungan yang kondusif, aman, tentram kertaraharja dengan menjunjung tinggi nilai-nilai kegotongroyongan dalam membangun.

Desa Sumurjomblangbogo kini telah berkembang pesat, terlebih sejak didirikannya wisata kolam renang tirta arum yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dengan tujuan untuk kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Pengelolaan kolam renang dilakukan secara optimal dengan melibatkan masyarakat untuk menangkap peluang. Salah satu bentuk keterlibatan masyarakat Desa Sumurjomblangbogo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan dengan pembentukan kelompok UMKM usaha bersama (KUBE) yang didirikan oleh ibu-ibu yang memiliki usaha kuliner dengan membuka kantin atau toko di sekitar wisata kolam renang tirta arum yang sebagian besar dikelola oleh perempuan.

UMKM merupakan komponen terpenting dalam perekonomian masyarakat, dengan mayoritas pelaku usaha merupakan persentase yang terbesar di Indonesia dan memberikan kontribusi yang signifikan (Chaerani et al., 2020); peningkatan sumber pendapatan masyarakat lokal, lapangan kerja, berkembangnya perekonomian pedesaan, dan tumbuhnya ekspor nonmigas (Sunarjo et al., 2022).

Salah satu peran penting UMKM dalam perekonomian adalah berperan serta mendistribusikan pendapatan nasional, menciptakan peluang dan lapangan kerja untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran, menjalin tali silaturahmi antar umat beragama, mendiseminasikan nilai-nilai ekonomi syariah juga menciptakan kreatifitas masyarakat tanpa menghilangkan ciri khas tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat (Siregar, 2023). Namun perjalanan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menuju kesuksesan tidak selalu berjalan mudah, banyak rintangan dan hambatan yang menjadi kendala sepanjang waktu, beberapa kendala tersebut seperti keterbatasan teknologi, keterbatasan modal, keterbatasan sumber daya manusia, sertadukungan dari pemerintah (Setyanto & Sunarjo, 2021).

Keterbatasan teknologi dirasakan pelaku UMKM sebagai hambatan yang cukup krusial dalam mengembangkan usahanya, UMKM masih kesulitan memanfaatkan teknologi untuk menjangkau pasar yang lebih luas, padahal perkembangan bisnis jaman sekarang sudah menuju eradigital (*E-commerce*) (Manalu et al., 2020). *E-commerce* bisa didefinisikan sebagai proses pembelian dan pemasaran produk melalui media elektronik atau internet yang dilaksanakan tanpa adanya tatap muka antara penjual dan pembeli (Hendarsyah, 2019).

Diperlukan strategi dalam mengembangkan UMKM di era digitalisasi yaitu melalui transformasi digital (Rahmatullah, 2021). Mengingat di era perkembangan teknologi dan informasi yang maju transformasi digital akan membantu pertumbuhan UMKM pada dunia ekonomi digital dan percepatan inklusi keuangan suatu negara. Salah satu bentuk strategi pengelolaan transformasi digital adalah mengelola bisnis secara digital atau disebut sebagai *e-business* (Ana et al., 2021).

Ada beberapa strategi dan faktor yang perlu dipertimbangkan dalam melakukan transformasi digital, salah satunya keamanan (Setyanto & Sunarjo, 2021). Proses transformasi digital sangat memerlukan keamanan data yang baik dan efektif karena fakta membuktikan bahwa banyak terjadi ancaman kebocoran data digital serta kejahatan *cyber* (Rolando et al., 2023). Keamanan yang baik dan efektif melibatkan analisis yang menyeluruh, implementasi, memantau, dan memperbaharui (Sukmasetya et al., 2022). Selanjutnya, strategi perusahaan yang perlu dilakukan adalah dengan menyelaraskan kembali dan memulai proses perubahan mengenai struktur internal dan model bisnisnya (Putri et al., 2022). Hal ini karena, transformasi mengacu pada perubahan yang dapat berdampak besar pada strategi dan struktur organisasi. Selain itu, perlu juga untuk memahami mekanisme digitalisasi serta membangun pemahaman bersama di dalam bisnis (Gaiardelli et al., 2021).

Pemahaman yang buruk tentang digitalisasi dan pemahaman perusahaan akan menciptakan kegagalan strategi dan keputusan yang telah dibuat (Chaurasia et al., 2019). Proses transformasi digital melibatkan pengembangan visi strategis, perencanaan, dan implementasi. Dalam pengembangan strategi tersebut pemilik usaha atau pimpinan memerlukan instrumen yang membantu dalam memahami fenomena dan keadaan organisasi saat ini, serta kerjasama dan komunikasi yang baik antara berbagai pihak (Hendri Hermawan Adinugraha et al., 2021).

Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sumurjomblangbogo, Kec, Bojong, Kab, Pekalongan dapat menjembatani permasalahan mitra pada dua aspek permasalahan yaitu permasalahan bidang manajemen dan pemasaran. Tim pengabdian melakukan pendampingan dan pelatihan untuk memperkuat dan meningkatkan strategi pengelolaan e-business di era digitalisasi agar UMKM tidak hanya sekedar mandiri namun mampu berdaya saing dan berkelanjutan.

2. Methods

a. Tahap Kegiatan

Tahapan kegiatan PkM dilakukan melalui beberapa pendekatan yang tersaji pada tabel berikut.

Tabel 2.1 Tahap Kegiatan

No.	Permasalahan	Metode Pendekatan	Solusi Pelaksanaan
1.	UMKM di Desa Sumurjomblangbogo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan belum mengenal <i>cashless</i> sebagai alternatif pembayaran di era digitalisasi sebagai bagian dari digitalisasi	Pelatihan dan pendampingan	Pelatihan dan pendampingan pendaftaran Qris sebagai alternative pembayaran secara <i>cashless</i>
2.	UMKM di Desa Sumurjomblangbogo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan belum memahami strategi <i>e-busniess</i> sebagai bagian dari pemasaran	Pelatihan dan pendampingan	Pelatihan dan pendampingan pengelolaan <i>e-business</i> untuk memasarkan produk
3.	UMKM di Desa Sumurjomblangbogo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan belum memahami terkait pentingnya inovasi dan diversifikasi produk sebagai bagian dari manajemen bisnis	Pelatihan dan pendampingan	Pelatihan dan pendampingan inovasi dan diversifikasi produk

b. Tahap Pelaksanaan

Berikut tersaji tahapan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh anggota tim

Tabel 2.2 Tahap Pelaksanaan

No.	Kegiatan	Pemateri
1.	Pelatihan dan pendampingan <i>e-business</i> melalui pendaftaran alat pembayaran <i>cashless</i> “ <i>Qris (QR Code Indonesia Standard)</i> ” sebagai alternatif pembayaran di era digitalisasi	Dr. Wenti Ayu Sunarjo, S. Kom., M.M.
2.	Pelatihan dan pendampingan peningkatan kapasitas usaha melalui pemanfaatan <i>website</i>	Ari Muhardono, S.Kom., M.Kom.
3.	Pelatihan dan pendampingan inovasi dan diversifikasi produk untuk strategi pengelolaan manajemen bisnis	Titi Rahayu Prasetiani, S.E., M.M.

c. Gambaran IPTEKS

Gambaran ipteks pada kegiatan PkM yang akan diimplementasikan pada mitra sasaran yaitu; pembuatan *Qris* sebagai alternatif media pembayaran *cashless* di era digitalisasi, pendampingan *e-business* melalui pemanfaatan sosial media sebagai media pemasaran, inovasi dan diversifikasi produk UMKM kuliner di Desa Sumurjomblangbogo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan.

d. Peta Lokasi Mitra Sasaran

Berikut ini tersaji peta lokasi perjalanan kegiatan PkM dari Universitas Pekalongan menuju lokasi PkM;



Gambar 2.1 Peta Lokasi Mitra Kegiatan

- e. Jarak lokasi kegiatan dari Universitas Pekalongan ke lokasi kegiatan PkM yaitu Objek Wisata Kolam Renang Tirta Arum Desa Sumurjomblangbogo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan berjarak 34 menit atau 19 kilometer.

3. Results and dicussion

3.1 Result

Bagian ini mengemukakan gambaran umum lokasi dan data yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM). Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, pelatihan, diskusi dan pendampingan. Ceramah dilakukan oleh tiga narasumber secara panel kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi, tanya jawab dan dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan tentang strategi e-business sebagai upaya dalam transformasi digital melalui pengetahuan e-bisnis guna peningkatan kinerja produksi dan pemasaran.

1.1 Gambaran umum lokasi PKM

Lokasi PkM di gazebo Kolam Renang Tirta Arum Sumurjomblangbogo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan. Peserta kegiatan adalah peaku usaha kuliner yang membuka kantin di lokasi wisata Kolam Renang Tirta Arum, Sumurjomblangbogo dan dihadiri pula oleh pengurus BUMDES, perwakilan penggerak PKK, dan perangkat Desa yang diwakili oleh Kepala Dusun Sumurjomblangbogo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan.

1.2 Pelaksanaan Kegiatan

Tim PkM melakukan kegiatan yang disukung oleh berbagai pihak. Kegiatan ini merupakan penyuluhan atau sosialisasi dan pelatihan dengan dilanjutkan pendampingan dengan harapan membuka mindset bagi pelaku usaha kuliner yang tergabung pada kelompok Bersama (KUBE) di wilayah kolam renang Tirta Arum Sumurjomblangbogo dalam menghadapi era bisnis digital yang memaksa UKM untuk berinovasi mengikuti perkembangan zaman.



Gambar 3.1 Tim Pengabdian Bersama mitra kegiatan

BUMDES Sumurjomblangbogo yang telah terbentuk sejak 23 Desember 2017 telah menunjukkan performanya dengan mengelola beberapa usaha untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat salah satunya adalah KUBE. Terdapat Empat fokus bidang yang dikembangkan dan dikelola BUMDes Sumurjomblangbogo diantaranya : Ketahanan Pangan, BRI-Link, PAMSIMAS, dan Catering. Selanjutnya pada 2 Maret 2022 resmi dibuka wahana wisata alam dan bermain anak yaitu Kolam Renang Tirta Arum dengan harapan membantu para UKM sekitar untuk memulihkan perekonomian di masa endemic atau paska pandemic COVID-19.



Gambar 3.2 Penyampaian Materi Pengabdian

Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan dilakukan tatap muka dengan harapan memudahkan tersampainya informasi dan materi hingga proses tanya jawab dan diskusi yang lebih intens dengan audience. Materi pertama yang disampaikan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul materi “Memahami Cashless QRIS dan Aplikasi E-Wallet DANA” disampaikan oleh Dr. Wenti Ayu Sunarjo, S.Kom., M.M. Materi tersebut berisikan tentang pengetahuan dan pelatihan bagi UKM kuliner tentang pemanfaatan *e-wallet* yang dapat diadopsi sebagai strategi e-business yang tepat di era digitalisasi untuk mempermudah transaksi dan dapat membantu banking cashflow bagi usaha kuliner yang ada di lokasi wisata Kolam Renang Tirta Arum. Pada kegiatan pelatihan dan pendampingan sebagian besar peserta telah berhasil mendaftarkan akun DANA dan sisanya belum berhasil karena tidak membawa identitas pengenalan. Peserta yang telah berhasil mendaftar akun DANA selanjutnya memahami bagaimana nantinya memanfaatkan akun DANA bisnis dan mengunduh QRIS toko online mereka untuk dimanfaatkan sebagai inovasi alternative pembayaran berbasis digital.



Gambar 3.3. Pelatihan Adopsi E-Wallet DANA dan Pembuatan QRIS

Melalui adopsi DANA dan QRIS, akan membantu usaha kuliner mendapatkan lebih banyak konsumen yang saat ini sebagian besar melakukan transaksi menggunakan cashless. Melalui adopsi QRIS dapat meningkatkan omset penjualan dan menghindari kesulitan memberikan uang kembalian bagi konsumen atau pengunjung wisata Kolam Renang Tirta Arum. Bagi pemilik usaha juga akan mendapatkan informasi tambahan dari adopsi aplikasi *e-wallet* DANA dengan berbagai fasilitas, kemudahan dan kepraktisan dalam penggunaannya. Melalui adopsi DANA akan dimanfaatkan untuk penggunaan QRIS bisnis sebagai bagian inovasi pembayaran berbasis cashless.

Materi kedua disampaikan oleh Ari Muhardono, S.Kom., M.Kom. yang mengangkat judul “Peningkatan Kapasitas Usaha melalui pemanfaatan website”. Materi tersebut berisikan tentang bagaimana pengelolaan dan pemanfaatan website untuk mengembangkan bisnis di era digitalisasi menuju peningkatan distribusi dan pemasaran produk kuliner pada UMKM kuliner di Sumurjomblangbogo. Melalui website maka akan mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan mampu masuk pada pasar global yang serba berbasis digital. Materi ketiga disampaikan oleh Titi Rahayu Prasetiani, S.E., M.M. dengan judul “Penganekaragaman Produk Kuliner” Pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan mengenai inovasi dan diversifikasi produk untuk strategi pengelolaan manajemen bisnis melalui perluasan produk agar mampu memperluas pasar dan terkesan tidak terlalu homogen pada area wisata wahana air di Sumurjomblangbogo, sehingga pengunjung atau konsumen dapat memilih sesuai kebutuhannya.



Gambar 3.4 Penyerahan Kenang-kenangan secara simbolik dari Ketua Pengabdian kepada Manager BUMDes Tirta Arum Sumurjomblangbogo

Pada pendampingan tema ini dilakukan survey kuesioner tentang keinginan melakukan diversifikasi produk, dari 20 peserta terdapat 11 peserta yang menjawab mau melakukan dan 9 orang sisanya belum siap mengembangkan diversifikasi produk dengan alasan sudah cukup dengan produknya saat ini, takut tidak mampu mengelola dengan baik dan permasalahan pemasaran yang akan dihadapi dkemudian hari. Melihat adanya beberapa UMKM yang belum

mau melakukan diversifikasi produk, maka akan dilakukan pendampingan lanjutan guna mengoptimalisasikan strategi bisnis yang mampu bersaing dan meningkatkan perluasan pasar.

4. Conclusions

Berdasarkan hasil analisis dan situasi bahwa diperoleh hasil bahwa UKM kuliner yang ada di lokasi wisata Kolam Renang Tirta Arum, Sumurjomblangbogo telah menerapkan beberapa strategi untuk meningkatkan usaha, namun memang masih belum fokus pada digital atau *e-business*. Selama ini ada beberapa UKM yang telah memanfaatkan social media dan pembayaran non tunai (*cashless*) dalam inovasi bisnisnya. Artinya masih dominan UKM kuliner yang belum mengenal *cashless* dan strategi bisnis digital melalui *website*.

Saran disampaikan untuk pengembangan UKM kuliner dengan terus membuka mindset dan wawasan tentang *e-business strategy* yang berdampak bagi kemajuan usaha. kolaborasi atau sinergisitas semua komponen terkait sangat diperlukan agar mampu mencapai keberhasilan kinerja bisnis kuliner. Berbagai strategi pengembangan juga diperlukan seperti mempertahankan kekhasan atau makanan khas yang ada sehingga menjadi daya Tarik utama, namun tetap mengikuti perkembangan era atau bertransformasi secara digital dengan melakukan perluasan produk inovatif, sehingga tidak terkesan monoton dan kurang bervariasi di mata para pengunjung atau konsumen.

5. Acknowledgment

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Pekalongan yang telah memberi dukungan finansial terhadap keberlangsungan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

7. References

- Ainun, F. P. (2022). Identifikasi Transformasi Digital Dalam Dunia Pendidikan Mengenai Peluang Dan Tantangan Di Era Disrupsi. *Kewarganegaraan*, 6(1), 1570–1580.
- Al-washliyah, P. T. B. (2023). Analisis Swot Transformasi Digital Pada. 6(November).
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM CN Collection Di Sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3), 517–522.
- Ainun, F. P. (2022). Identifikasi Transformasi Digital Dalam Dunia Pendidikan Mengenai Peluang Dan Tantangan Di Era Disrupsi. *Kewarganegaraan*, 6(1), 1570–1580.
- Al-washliyah, P. T. B. (2023). Analisis Swot Transformasi Digital Pada. 6(November).
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM CN Collection Di Sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3), 517–522.
- Ariyanto, A., Wongso, F., Wijoyo, H., Indrawan, I., Musnaini, Akbar, M. F., Anggraini, N., Suherman, Suryanti, & Devi, W. S. G. R. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi (Vol. 5, Issue 1).
- Avriyanti, S. (2021). Strategi Bertahan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 Dengan Memanfaatkan Bisnis Digital Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Tabalong). *Jurnal Pemikiran Dan*

- Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis, 5 (1), 60–74. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v5i1.380>
- Ayu Sunarjo, W., Ilmiani, A., & Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan dalam Mempertahankan Eksistensi UMKM Pekalongan di Masa Pandemi Covid-19 dan Era New Normal. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10 (2), 229–241. <https://doi.org/10.33059/jmk.v10i2.3413>
- Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya*, 9 (4), 275. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>
- Chaurasia, S. S., Verma, S., & Singh, V. (2019). Exploring the intention to use M-payment in India demonetization regulation. 13(3), 276–305. <https://doi.org/10.1108/TG-09-2018-0060>
- Fadillah, S., 1✉, M., Zulkaidah Siregar, H., Abdillah, F., Fadilla, H., Arif, M., & Manurung, P. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6111–6122. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2827>
- Faris, A., & Himawan, I. (2019). Digital Marketing: Peningkatan Kapasitas Dan Brand Awareness Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(2), 2579–2647.
- Febrian, A., Lina, L. F., Safitri, V. A. D., & Mulyanto, A. (2021). Pemasaran digital dengan memanfaatkan landing page pada perusahaan start-up. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 313–320. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10103>
- Gaiardelli, P., Pezzotta, G., Rondini, A., Romero, D., Jarrahi, F., Bertoni, M., Wiesner, S., Wuest, T., Larsson, T., Zaki, M., Jussen, P., Boucher, X., Bigdeli, A. Z., & Cavalieri, S. (2021). Product-service systems evolution in the era of Industry 4.0. In *Service Business* (Vol. 15, Issue 1). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00438-9>
- Hadad, S., & Bratianu, C. (2019). Dematerialization of banking products and services in the digital era. *Management and Marketing*, 14(3), 318–337. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2019-0023>
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Hendri Hermawan Adinugraha, Asih Maisaroh, & Rifqi Hidayatullah. (2021). Analisis Steategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Batik (Studi Kasus Buaran Batik Center Pekalongan). *Teknik: Jurnal Ilmu Teknik Dan Informatika*, 1(2), 74–82. <https://doi.org/10.51903/teknik.v1i2.67>
- Manalu, V. G., Sunarjo, W. A., & Sulaiman (2020). The Influence Mechanism of Corporate Image: in Examining of Consumer Satisfaction SMSEs Indonesia. *Sustainable Competitive*, 14–25. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/1923>
- Ngamal, Y., & Maximus Ali Perajaka. (2021). Penerapan Model Manajemen Risiko Teknologi Digital Di Lembaga Perbankan Berkaca Pada Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(2), 59–74. <https://doi.org/10.33541/mr.v2iiv.4099>
- Putri, N. I., Iswanto, Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Munawar, Z. (2022). Penerapan Model Maturitas Digital Pada Kinerja Startup. *Tematik*, 9(1), 61–69. <https://doi.org/10.38204/tematik.v9i1.910>
- Rahmatullah, T. (2021). Teknologi Persuasif: Aktor Penting Media Sosial Dalam Mengubah Sikap Dan Perilaku Pengguna. *Jurnal Soshum Insentif*, 4(1), 60–78. <https://doi.org/10.36787/jsi.v4i1.509>
- Rolando, D. M., Aulia, H. H., Rahmaningsih, A. A., & Andani, M. T. (2023). Transformasi Digital dan Ancaman Cybercrime. *Siyasah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 3(1), 68–84.

- Setyanto, R. P., & Sunarjo, W. A. (2021). Will Cashless Payment Become Consumer' S Transaction Habit In The " New Normal " Era ? 20(1), 47–53.
- Siregar, T. (2023). Tahapan Model Penelitian Dan Pengembangan Research And Development (R&D). DIROSAT: Journal of Education, Social Sciences & Humanities, 1(4), 142–158. <https://dirosat.com/index.php/i/article/view/48>
- Sukmasetya, P., Utomo, P. P., Hidayat, S., Utomo, F. J., & ... (2022). Implementasi Konsep Digital Marketing untuk Promosi Kolam Renang di BUMDes Ngudi Rahardjo Desa Girikulon. ..., 3(4), 722–730.
- Sunarjo, W. A., Ilmiani, A., & Kamila, N. P. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan Omset bagi UMKM Batik di Era Society 5 . 0. DIMASEKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 1–10.
- Suyono, T., & Tahir, R. (2023). The Role of Hr in the Development and Implementation of Renewable Energy (Issue September). https://www.researchgate.net/profile/Rusdin-Tahir/publication/374084411_THE_ROLE_OF_HR_IN_THE_DEVELOPMENT_AND_IMPLEMENTATION_OF_RENEWABLE_ENERGY_Penerbit/Links/650cf46782f01628f0362fa0/TH E-ROLE-OF-HR-IN-THE-DEVELOPMENT-AND-IMPLEMENTATION-OF-RENEWABLE-ENER.