

Digitalisasi UMKM Perikanan Berbasis *Website* di Desa Puntondo Kabupaten Takalar

Hasnawiya Hasan^{1*}, Muhammad Alief Fahdal¹, Haliah², Imran Oemar¹, Idayanti², Surya Haryanto¹, Muhammad Afrial Ivan Pratama¹
Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin²
Email: hasnahasan@unhas.ac.id*

Abstrak

Masyarakat nelayan di Desa Puntondo, Takalar, cukup bergantung pada pendapatan yang berasal dari UMKM INS. Namun, aktivitas bisnis mereka masih sederhana dan belum memanfaatkan pasar digital, yang membatasi distribusi, efisiensi, dan pemasaran. Tujuan dari program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk mengubah sub-sektor perikanan UMKM PERIKANAN INS TAKALAR dari sistem konvensional menjadi sistem digital berbasis *website*. Oleh karena itu, pelatihan manajemen, mentoring teknologi, integrasi sistem inventaris, dan pemasaran *online* telah dilakukan. Hasil menunjukkan bahwa cakupan pasar, kecepatan transaksi, dan citra profesional UMKM INS cukup meningkat. Situs web membantu dalam distribusi produk serta SEO, dan meningkatkan kredibilitas. Selain itu, UMKM INS juga merupakan subjek utama dalam hal pendekatan terhadap nelayan dan komunitas lokal. Metode observasi mencakup analisis aktivitas penjualan sebelum dan setelah situs web dibuat serta pemantauan penggunaan situs web dan partisipasi konsumen secara *online*. Metode analitis mencakup analisis kualitatif dampak pelaksanaan digitalisasi situs web pada lingkup usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), perubahan dalam jangkauan pasar, efisiensi dan persepsi pelanggan. Hasil utama dari program ini adalah situs web UMKM untuk promosi dan transaksi yang dirancang dari sistem manajemen inventaris digital, pemasaran *Search Engine Optimization* (SEO), dan interaksi pelanggan yang diperkuat melalui media sosial. Ini terkait dengan teori pengembangan komunitas, yaitu pemberdayaan komunitas pesisir dengan menggunakan teknologi dan pendekatan interdisipliner (teknik dan ekonomi) untuk mengembangkan UMKM. Dalam bagian hasil dan diskusi, dijabarkan luaran yang diperoleh adalah sebuah situs web ramah SEO yang aktif, di mana jangkauan pasarnya meningkat secara nasional, dan efisiensi transaksi yang ditingkatkan dengan mengurangi kesalahan dalam transaksi manual. Hasil analisis kualitatif dari kemudahan akses internet di daerah ini, memperlihatkan hanya ada 10% dari jumlah peserta yang belum pernah mengakses internet, namun setelah kegiatan ini 100% peserta telah dengan mudah mengakses internet. Selain daripada itu, sebelum kegiatan, hanya terdapat 40% peserta yang memahami mengenai digitalisasi UMKM, namun setelah kegiatan dilaksanakan terjadi peningkatan hingga 85%. Sementara parameter kemudahan dalam menggunakan sistem digitalisasi berbasis website, sebelum kegiatan hanya terdapat 30% peserta, dan setelah kegiatan terdapat peningkatan hingga 60%. Dampak khusus dari program ini adalah efisiensi operasional, pemesanan *online*, dan pelacakan inventaris secara real-time, produk yang lebih mudah ditemukan pada mesin pencari Google dan *e-commerce*, meningkatnya kredibilitas dari testimoni para pelanggan, dan meningkatnya pendapatan pengusaha UMKM. Sementara dampak yang lebih signifikan ialah terbukanya kerjasama antara investor dan mitra bisnis, bersaing secara digital dengan platform besar lainnya. Namun demikian, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan ancaman terhadap keamanan data masih menjadi hambatan. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM perikanan berbasis *website* sangat efektif dalam mendorong kemajuan ekonomi lokal, memperluas jangkauan pasar, dan menjamin keberlanjutan efisiensi operasional.

Kata Kunci: Digitalisasi; Perikanan; Pemasaran Digital; UMKM; *Websites*.

Abstract

The fishing community in Puntondo Village, Takalar, relies heavily on income generated by the INS MSMEs. However, their business activities remain relatively simple and have yet to leverage digital markets, limiting distribution, efficiency, and marketing potential. The objective of this Community Service Program is to transform the INS Fisheries MSME sub-sector in Takalar from a conventional system into a web-based digital system. Therefore, training in management, technology mentoring, system integration for inventory management, and online marketing was conducted. The results indicate a significant improvement in market coverage, transaction speed, and the professional image of INS MSMEs. The website has contributed to product distribution, search engine optimization (SEO), and

enhanced business credibility. Moreover, the INS MSME serves as the primary actor in engaging with fishermen and the local community. While, the observation methods included analyzing sales activities before and after the website launch, monitoring website usage, and assessing online consumer participation. The analytical methods involved qualitative analysis of the digitalization impact on micro, small, and medium enterprises (MSMEs), including changes in market reach, efficiency, and customer perception. Therefore, the main outcome of this program is the development of an MSME website designed for promotion and transactions, integrating a digital inventory management system, search engine optimization (SEO) marketing, and strengthened customer interaction through social media. This aligns with community development theory, which emphasizes the empowerment of coastal communities through technology and interdisciplinary approaches (engineering and economics) to advance MSMEs. In the results and discussion section, it is shown that the program produced an active, SEO-friendly website that successfully expanded market reach on a national scale and improved transaction efficiency by reducing errors in manual processing. Qualitative analysis of internet accessibility in the area revealed that prior to the program, only 10% of participants had never accessed the internet, but after the program, 100% were able to access it easily. Furthermore, before the program, only 40% of participants understood MSME digitalization, which increased to 85% after its implementation. Regarding the parameter of ease of using a website-based digital system, only 30% of participants initially found it easy to use, but this figure increased to 60% after the program. Moreover, the specific impacts of this program include operational efficiency, online ordering, and real-time inventory tracking, greater product visibility on Google search engines and e-commerce platforms, increased business credibility through customer testimonials, and higher MSME revenues. The more significant impact is the establishment of collaborations between investors and business partners, enabling digital competition with larger platforms. Nevertheless, challenges such as infrastructure limitations and data security threats remain obstacles. Therefore, web-based digitalization of fisheries MSMEs is proven to be highly effective in promoting local economic growth, expanding market reach, and ensuring sustainable operational efficiency.

Keywords: Digitalization; Digital Marketing; Fisheries; MSMEs; Websites.

1. Pendahuluan

Desa Puntondo yang terletak di Kabupaten Takalar merupakan salah satu kawasan pesisir yang bergantung pada sektor perikanan sebagai sumber utama penghidupan masyarakatnya. Dalam menghadapi kondisi alam yang tidak menentu dan seringkali membatasi aktivitas melaut, masyarakat setempat mengembangkan unit usaha mikro kecil menengah (UMKM) INS sebagai alternatif mata pencaharian. UMKM ini berperan penting dalam menopang ekonomi keluarga nelayan, khususnya saat musim paceklik. Namun demikian, UMKM INS masih menjalankan operasional secara konvensional, dengan sistem promosi yang terbatas, pencatatan transaksi yang bersifat manual, dan cakupan pasar yang sempit. Hal ini berdampak pada rendahnya efisiensi usaha, terbatasnya jangkauan konsumen, serta minimnya kepercayaan dari calon mitra atau investor akibat tidak tersedianya data yang transparan dan terdokumentasi secara digital (Anatan & Nur, 2023).

Sebagai bagian dari implementasi Nota Kesepahaman (MoU) antara Universitas Hasanuddin dengan Pemerintah Kabupaten Takalar, program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mendukung transformasi digital UMKM, khususnya dalam bentuk digitalisasi sistem usaha berbasis *website*. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM INS melalui pemanfaatan teknologi informasi, memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan membangun citra usaha yang lebih profesional serta terpercaya.

Usulan solusi yang dikembangkan dalam kegiatan ini meliputi tiga komponen utama, yakni: (1) pelatihan manajemen digital dan literasi teknologi kepada pelaku UMKM, (2) pengembangan *website* sebagai sarana promosi, informasi, dan transaksi penjualan, serta (3) pendampingan dalam integrasi *website* dengan *platform e-commerce* dan media sosial sebagai strategi pemasaran

berbasis digital. Dengan pendekatan tersebut, diharapkan UMKM INS mampu beradaptasi dengan dinamika pasar digital, meningkatkan kapasitas usaha, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

2. Latar Belakang

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang perikanan menghadapi tantangan sekaligus peluang besar untuk berkembang. Dalam konteks Indonesia sebagai negara maritim dengan garis pantai yang luas, UMKM perikanan berperan penting tidak hanya sebagai penopang ekonomi masyarakat pesisir, tetapi juga sebagai ujung tombak dalam menciptakan produk bernilai tambah dari hasil laut (Omar Faruque et al., 2024). Namun, banyak UMKM di sektor ini masih menjalankan usahanya secara tradisional mengandalkan sistem manual untuk produksi, distribusi, hingga pemasaran. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, rendahnya efisiensi operasional, serta kesulitan dalam membangun kepercayaan konsumen dan mitra bisnis karena minimnya transparansi dan dokumentasi digital (Chen, 2024).

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet dan aplikasi berbasis web, telah membuka jalan baru bagi transformasi UMKM menuju ekosistem digital. *Website* interaktif dan platform *e-commerce* tidak hanya memungkinkan perluasan pasar hingga ke tingkat nasional dan global, tetapi juga mendukung pengelolaan usaha yang lebih efisien dan terdokumentasi. Konsep digitalisasi ini berkaitan erat dengan berbagai teori modern dalam manajemen usaha kecil dan pemasaran digital, termasuk penggunaan SEO (*Search Engine Optimization*), strategi konten, analitik perilaku konsumen, serta integrasi sistem manajemen inventaris berbasis *cloud* (Santoso & Lestari, 2020; Hidayat, 2021). Teori keunggulan kompetitif juga relevan di sini, di mana UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan tumbuh dalam lanskap persaingan yang semakin digital (Porter, 1985).

Namun, meskipun teknologi sudah tersedia, implementasi di lapangan tidak selalu berjalan mulus. Banyak UMKM perikanan, seperti yang ditemukan di Desa Puntondo, Kabupaten Takalar, masih tertinggal dalam aspek adopsi teknologi akibat keterbatasan infrastruktur, akses informasi, dan kapasitas sumber daya manusia. Di sinilah pentingnya intervensi yang berbasis edukasi dan pendampingan teknologi (Sari & Hamzah, 2022). Dengan pendekatan yang tepat, digitalisasi dapat menjadi alat pemberdayaan yang konkret, membantu UMKM memperluas jangkauan pasarnya, meningkatkan efisiensi operasional, membangun kredibilitas usaha, serta membuka peluang investasi yang sebelumnya sulit dijangkau (Purnomo et al., 2024).

Melalui artikel ini, tim pengabdian ingin menggambarkan bagaimana proses digitalisasi berbasis *website* dapat diterapkan secara praktis dan berdampak langsung terhadap kemajuan UMKM perikanan. Selain itu, pembahasan ini juga bertujuan untuk menjawab kebutuhan akan solusi yang adaptif dan berkelanjutan bagi pelaku usaha kecil di tengah arus transformasi digital yang semakin tak terhindarkan.

3. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan dua metode, yaitu pemodelan sistem digitalisasi berbasis web dan manajemen dasar. Kedua pendekatan ini dipilih sebagai respon atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra, khususnya keterbatasan dalam literasi digital dan rendahnya efektivitas pemasaran produk perikanan secara daring. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pengabdian menyusun model digitalisasi berbasis web yang dapat memfasilitasi pengelolaan dan promosi produk perikanan secara lebih modern dan terstruktur.

Pengembangan sistem digitalisasi UMKM perikanan ini dilakukan dengan metode *Agile Development*, khususnya kerangka kerja *Scrum*, yang memungkinkan proses pengembangan berlangsung iteratif dan adaptif terhadap kebutuhan mitra di lapangan. Sistem dibangun menggunakan framework Laravel berbasis PHP, yang telah terbukti efisien dalam membangun aplikasi web yang bersifat modular dan mudah dikelola (Zulkarnain et al., 2020).

Sebagai bagian dari upaya peningkatan kapasitas mitra, kegiatan ini juga mencakup pelatihan dan sosialisasi penggunaan *website*. Untuk menilai keberhasilan kegiatan ini, dilakukan survei sebelum dan sesudah pelatihan. Pendekatan ini mengacu pada praktik yang telah banyak digunakan dalam program pengabdian serupa, seperti yang diusulkan Fadilah (2022), untuk mengukur efektivitas penyampaian materi dan peningkatan pemahaman peserta terhadap sistem yang diperkenalkan.

3.1 Target Capaian

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah mendorong kemandirian pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan sistem digitalisasi berbasis *website* untuk mendukung kegiatan ekonomi mereka. Dengan adanya sistem ini, diharapkan pelaku usaha tidak hanya lebih memahami teknologi informasi, tetapi juga mampu menggunakannya secara aktif untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi usaha.

3.2 Langkah Implementasi Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan melalui sejumlah tahapan terstruktur yang melibatkan partisipasi aktif dari mitra. Tahapan tersebut meliputi:

1. Inventarisasi dokumen dan data awal, termasuk data keuangan UMKM, dan identifikasi produk perikanan lokal yang memiliki potensi pasar.
2. Dokumentasi visual, berupa foto dan video dari lokasi tambak dan produk yang akan dipasarkan secara daring, untuk digunakan sebagai konten pendukung dalam *website*. Gambar 1 memperlihatkan dokumentasi visual untuk produk produk dipasarkan secara *online*.



Bandeng Presto Non MSG/Bandeng Duri Lunak



Lobster Laut



Udang Vannamei



Ikan Salmon Atlantik Segar



Sarden Kaleng dalam Minyak Zaitun



Ikan Nila Segar

Gambar 1. Hasil Dokumentasi produk perikanan yang akan dipasarkan

3. Survei dan wawancara kepada pelaku usaha UMKM untuk menggali kebutuhan dan kondisi di lapangan.
4. Analisis data untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta potensi digitalisasi yang sesuai dengan karakteristik mitra
5. Digitalisasi peta potensi perikanan dan infrastruktur pendukung yang akan ditampilkan pada *website*.
6. Perancangan sistem digitalisasi, termasuk desain UI/UX serta pemodelan manajemen ekonomi koperasi.

7. Pengembangan dan simulasi *website*, yang memungkinkan mitra melakukan uji coba sebelum *website* dipublikasikan.
8. Pelatihan sistem digitalisasi UMKM kepada pelaku usaha UMKM, aparat desa, dan masyarakat sekitar.
9. Publikasi hasil, baik dalam bentuk jurnal ilmiah, media massa, maupun pengajuan HAKI

3.3 Materi Pelatihan

Materi pelatihan disusun berdasarkan model digitalisasi yang telah dirancang, dengan fokus utama pada cara penggunaan *website* sebagai media pemasaran. Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk lokakarya interaktif, di mana peserta dapat langsung mencoba mengakses dan mengelola konten *website*. Untuk mengevaluasi pemahaman peserta, digunakan instrumen survei berupa kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan yang disebarakan kepada 30 orang peserta yang terdiri dari pelaku usaha, aparat desa, dan masyarakat.

3.4 Proses Pelaksanaan

Tahap awal pelaksanaan dimulai dengan kunjungan lapangan ke Desa Laikang, Kabupaten Takalar, yang dilanjutkan dengan pendataan potensi usaha perikanan yang tergabung dalam koperasi. Dari hasil observasi, ditemukan bahwa sebagian besar produk perikanan hanya dipasarkan secara konvensional, seperti dari mulut ke mulut dan di pasar lokal, tanpa adanya dukungan digital. Hal ini menjadi dasar bagi tim untuk membangun sistem digitalisasi yang relevan dan mudah diakses.

Setelah pengumpulan data dan analisis dilakukan, tim memulai pengembangan *website* UMKM yang dilengkapi dengan fitur promosi produk dan informasi tambak ikan di lokasi tersebut. Proses pembangunan melibatkan mahasiswa dan mitra UMKM secara kolaboratif, dengan pendampingan penuh dari tim pengabdian. *Website* yang telah dikembangkan kemudian diuji coba dan dipublikasikan secara daring melalui alamat Inskoperasi (ins-koperasi.com)

3.5 Evaluasi Capaian

Evaluasi terhadap efektivitas kegiatan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan skala Likert 1–5. Penilaian dilakukan melalui kuesioner dua tahap (pra dan pasca pelatihan) yang bertujuan untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap sistem digitalisasi UMKM berbasis *website*. Hasil dari evaluasi ini menjadi dasar untuk menilai keberhasilan program dalam meningkatkan literasi digital dan mendorong transformasi digital UMKM.

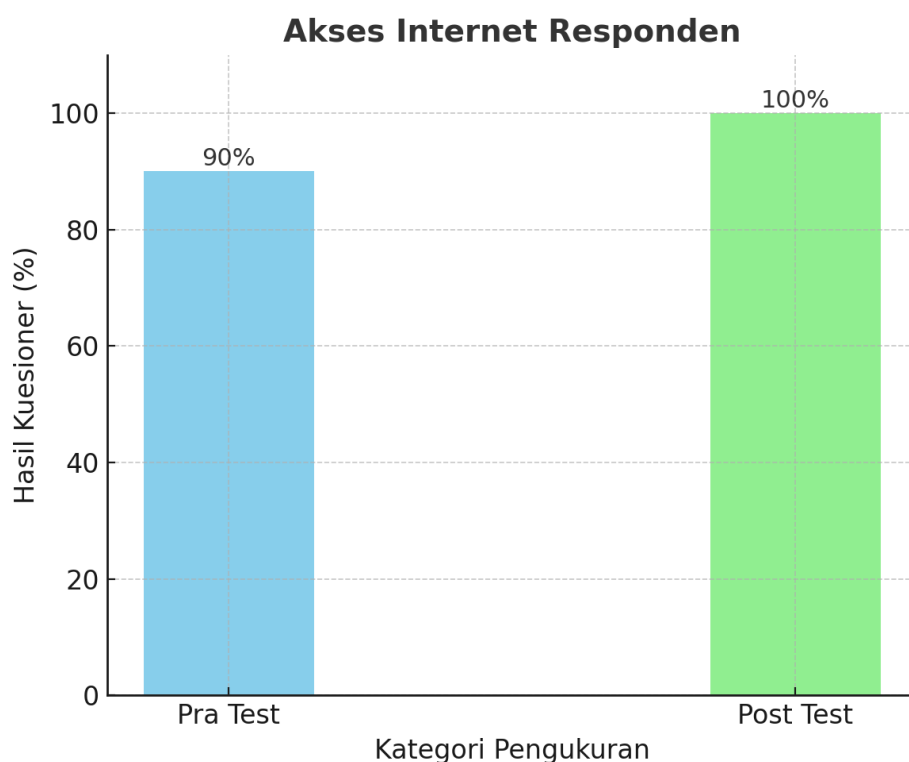
4. Hasil dan Diskusi

Untuk mengevaluasi dampak dari program digitalisasi berbasis *website* yang diterapkan pada UMKM INS di Kabupaten Takalar, tim pelaksana melakukan survei kuantitatif dua tahap pra dan pasca kegiatan. Tujuannya adalah untuk melihat perubahan tingkat pemahaman peserta terhadap sistem digitalisasi UMKM dan kemudahan akses informasi digital dan pengelolaannya. Survei ini diberikan kepada 30 orang yang terdiri dari pelaku usaha, aparat desa, serta anggota masyarakat, pada tanggal 30 Juni 2024.

Kuesioner yang digunakan telah dirancang sedemikian rupa agar jelas, tidak ambigu, dan mudah dipahami oleh responden yang mayoritas berasal dari latar belakang non-teknologi. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan tren perubahan pemahaman dan persepsi peserta selama intervensi berlangsung.

4.1 Akses terhadap Internet

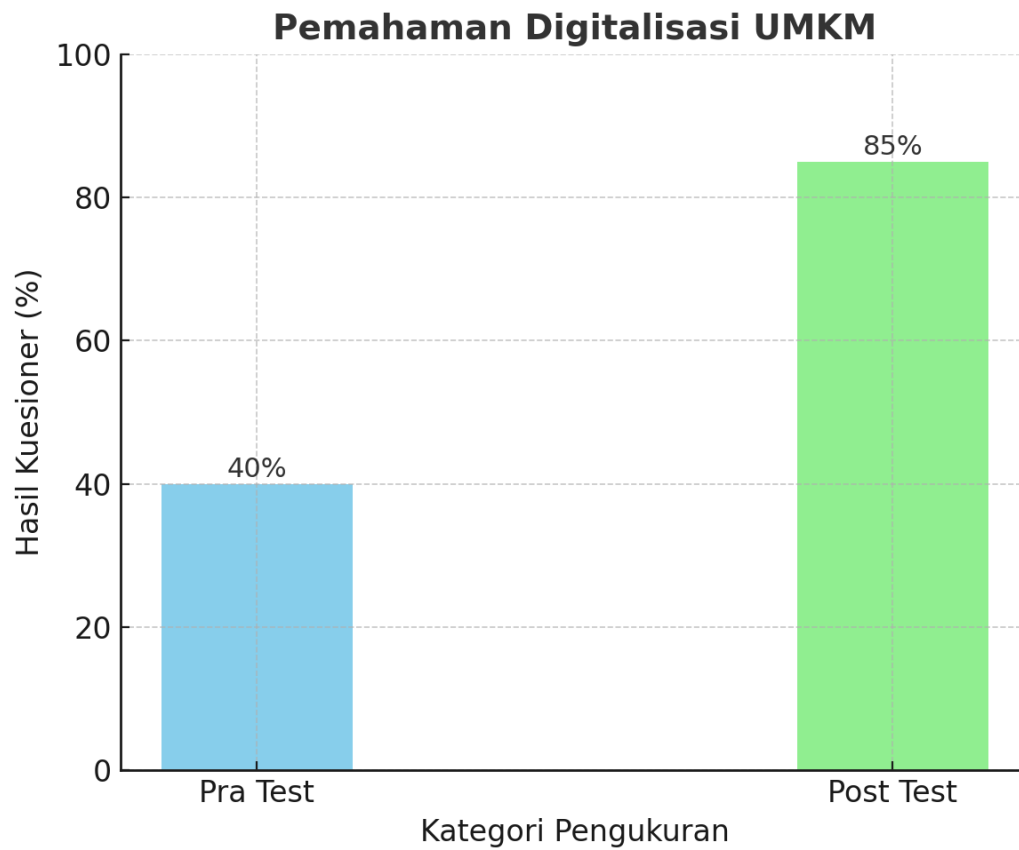
Hasil awal menunjukkan bahwa sebagian besar responden (90%) telah memiliki pengalaman menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan sisanya (10%) belum terbiasa atau sangat jarang mengakses internet. Fakta ini memperlihatkan bahwa hambatan utama bukan terletak pada akses terhadap infrastruktur digital, melainkan pada minimnya pemanfaatan teknologi tersebut untuk pengembangan usaha dan manajemen koperasi. Gambar 2 memperlihatkan hasil perubahan ini.



Gambar 2. Akses Internet oleh Responden Pra dan Pasca Test (Pelatihan) Digitalisasi.

4.2 Pemahaman terhadap Digitalisasi UMKM berbasis website

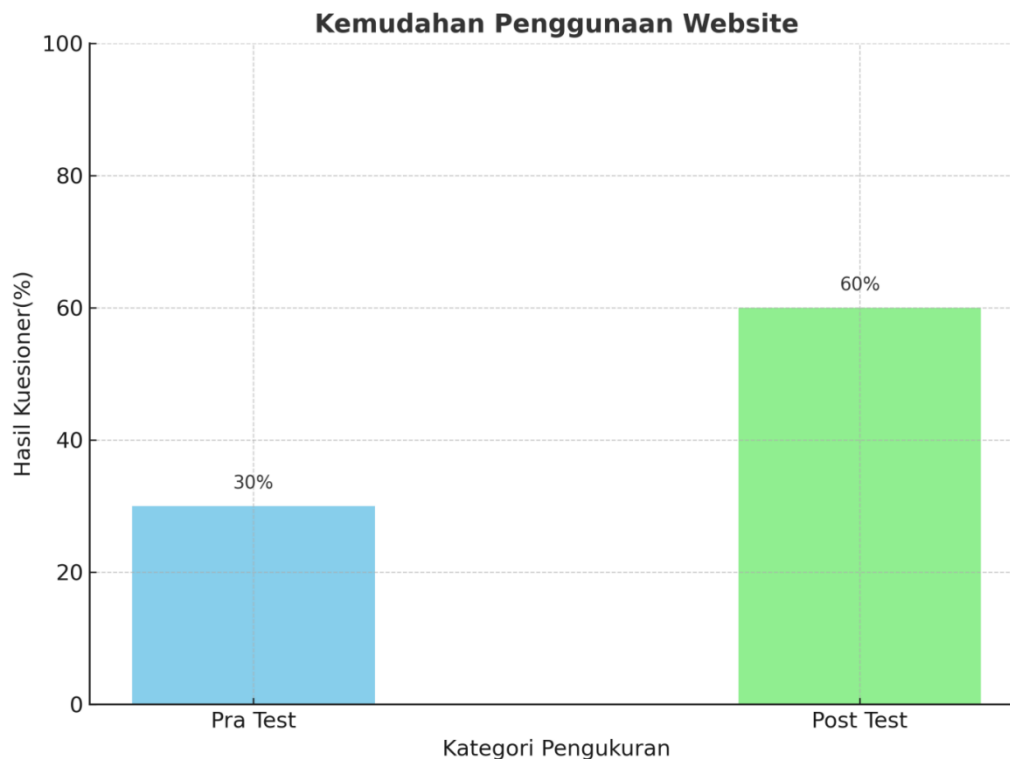
Sebelum dilakukan pelatihan, sebanyak 60% responden menyatakan belum memahami atau kurang paham (40% telah paham) terkait pemanfaatan *website* UMKM. Namun setelah kegiatan sosialisasi dan simulasi langsung, terjadi peningkatan signifikan: 85% responden menyatakan memiliki pemahaman yang cukup hingga baik terkait peran *website* sebagai alat pendukung pengelolaan usaha koperasi. Ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung terbukti efektif untuk menjembatani kesenjangan literasi digital. Gambar 3, memperlihatkan hasil dari perubahan pra dan pasca test (pelatihan).



Gambar 3. Tingkat Pemahaman Peserta Terhadap Digitalisasi UMKM Pra dan Pasca Test (Pelatihan).

4.3 Kemudahan dalam Menggunakan Sistem Digitalisasi UMKM

Dari sisi kemudahan penggunaan atau *user friendly*, sebelum program dilaksanakan sebanyak 70% peserta menyatakan mengalami kesulitan saat mencoba mengakses informasi melalui *website* UMKM dan mengirimkan testimoni serta berinteraksi secara *online*. Namun setelah diberikan pelatihan, mayoritas responden (lebih dari 60%) menyatakan bahwa *website* tersebut cukup mudah hingga sangat mudah digunakan. Temuan ini sejalan dengan harapan awal bahwa desain sistem digitalisasi berbasis *website* yang ramah pengguna dan disertai dengan edukasi langsung akan sangat membantu proses adopsi teknologi digital di kalangan masyarakat non-teknis. Gambar 4, memperlihatkan grafik hasil perubahan pra dan pasca test.



Gambar 4. Kemudahan Penggunaan *Website* UMKM Pra dan Pasca Test (Pelatihan).

Secara umum, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa inisiatif digitalisasi melalui pengembangan *website* UMKM telah memberikan dampak positif yang nyata. Tidak hanya meningkatkan pemahaman dan kemampuan teknis pengguna, tetapi juga mengurangi hambatan akses informasi yang selama ini menjadi kendala dalam pengembangan usaha masyarakat di daerah. Ini sejalan dengan literatur yang menekankan pentingnya transformasi digital sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan berbasis komunitas (Cahyono et al., 2023).

5. Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada digitalisasi UMKM perikanan di Desa Puntondo berhasil memberikan dampak positif baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Hasil evaluasi melalui survei pra dan pasca pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap pemanfaatan *website* sebagai sarana pengelolaan dan pemasaran usaha. Pada kemudahan mengakses internet, terjadi peningkatan sebesar 10%, oleh karena 90% peserta, sebelum pelatihan telah terbiasa mengakses internet. Sedangkan, tingkat pemahaman peserta mengenai digitalisasi UMKM telah naik sebesar 45%. Sementara, kemudahan penggunaan *website* UMKM telah naik sebesar 30% setelah dilakukan pelatihan.

Secara umum, terjadi perbaikan signifikan dalam literasi digital, efisiensi operasional, serta perluasan jangkauan pasar UMKM mitra.

Dari sisi implementasi, pengembangan *website* terbukti mampu menjawab tantangan utama yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan akses informasi, pencatatan manual, dan minimnya

exposure digital. *Website* yang dibangun tidak hanya menyediakan fitur promosi dan transaksi, tetapi juga mendukung pelacakan inventaris secara real-time serta memperkuat kepercayaan pelanggan melalui penyajian informasi yang transparan dan profesional.

Partisipasi aktif dari pelaku UMKM dan dukungan pemerintah desa turut memperkuat keberhasilan program ini. Ke depan, sistem ini berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut, misalnya dengan menambahkan fitur pembayaran daring, laporan keuangan otomatis, hingga pemetaan potensi perikanan berbasis data. Tidak hanya itu, hasil kegiatan ini juga membuka peluang kerja sama lanjutan dengan mitra strategis dan investor, guna membangun ekosistem digital yang berkelanjutan di wilayah pesisir.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya mampu menjawab permasalahan yang dihadapi mitra, tetapi juga memberikan dasar yang kuat bagi transformasi digital UMKM perikanan di daerah, yang dapat direplikasi untuk pengembangan wilayah serupa di masa mendatang.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu terlaksananya program pengabdian ini. Secara khusus, penghargaan diberikan kepada Kelurahan Desa Puntondo, Kabupaten Takalar, serta mitra kami UMKM INS yang telah berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan pelatihan, serta menyediakan produk dan sarana pendukung kegiatan. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Hasanuddin yang telah menyediakan pendanaan melalui skema hibah pengabdian kepada masyarakat tahun 2024.

Daftar Pustaka

- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6). <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Cahyono, B. P., Sohirin, & Zamzam Al-Asfahani, N. (2023). Implementasi digitalisasi koperasi sebagai penguatan ekonomi kerakyatan di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak (EJAK)*, 3(1), 1–8.
- Chen, C. (2024). Reveal the Evolutionary Trajectory of Digital Innovation in Small and Medium-sized Enterprises. *Highlights in Business, Economics and Management*, 29, 7–16.
- Fadilah, A. O. (2022). Sosialisasi digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3308–3313.
- Hidayat, S. (2021). Pemanfaatan Cloud Inventory System untuk Efisiensi Operasional UMKM. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 6(1), 33–40.
- Omar Faruque, M., Nasir Chowdhury, S., Golam Rabbani, M., & Alam Khan, N. (2024). Technology Adoption and Digital Transformation in Small Businesses: Trends, Challenges, and Opportunities. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 6(5), 1–21. www.ijfmr.com
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A

systematic literature review. *Jurnal Manajemen Digital Dan Bisnis*, 2(2), 1121–1132.
<https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jmdb/article/view/1121>

Santoso, H., & Lestari, Y. (2020). Penerapan SEO pada Strategi Pemasaran UMKM Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Informasi*, 9(2), 67–74.

Sari, L., & Hamzah, T. (2022). Model Pendampingan Digitalisasi UMKM Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 15–24.

Zulkarnain, A., Purnomo, A., & Hasan, M. (2020). Implementasi framework Laravel dalam pembangunan sistem informasi penjualan berbasis web. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 45–53.