

Digital Transformation of UMKM: Avoiding the Trap of Illegal Online Loans Through Digital Marketing

Transformasi Digital UMKM: Menghindari Jerat Pinjaman Online Ilegal Melalui Pemasaran Digital

Salmah Pattisahusiwa ¹, Adhelia Cahyaningtyas ²

¹ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

² Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.

* Alamat Koresponding. E-mail: salmah.pattisahusiwa@feb.unmul.ac.id (N.S.); Tel. +62-812-5434-9776.

Direvisi: 30 September 2024

Dikirim: 04 November 2024

Diterima: 24 Februari 2025

Academic Editor: Prof. Widi Sunaryo, Ph.D.

Catatan Penerbit: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Mulawarman tetap netral sehubungan dengan klaim yurisdiksi dalam gambar ataupun rancangan yang diterbitkan pada jurnal ini.



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

ABSTRACT: The objective of this outreach is to enhance digital literacy among UMKM, particularly in the use of digital technology in business, and to prevent UMKM from becoming entangled in illegal online lending practices by providing safer and more transparent financing alternatives. Additionally, it seeks to understand public opinion regarding the use of online lending applications and social media as a means of business promotion. This community service activity employs a qualitative method with an exploratory approach, as it primarily aims to describe the results of a questionnaire on UMKM actors' opinions and understanding of online lending applications and digital marketing. Overall, the questionnaire results indicate that UMKM in this area have shown an increased understanding of utilizing digital technology, especially social media, to grow their businesses. In conclusion, this outreach has successfully achieved its objectives, though there remain significant concerns regarding data security and the risks associated with illegal lending.

KEYWORDS: Digital Transformation; Digital Marketing; UMKM

ABSTRAK: Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan literasi digital UMKM, khususnya terkait penggunaan teknologi digital dalam bisnis, serta mencegah UMKM terjerat dalam praktik pinjaman online ilegal dengan memberikan alternatif pembiayaan yang lebih aman dan transparan. Serta melihat bagaimana pendapat Masyarakat tentang pemanfaatan aplikasi pinjaman online dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi bisnis. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah kualitatif dengan pendekatan eksploratif, karena hanya bertujuan untuk menguraikan hasil kuesioner mengenai pendapat dan pemahaman para pelaku UMKM terkait penggunaan aplikasi pinjaman online serta pemasaran digital. Secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa pelaku UMKM di wilayah ini telah menunjukkan peningkatan pemahaman dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama media sosial, untuk mengembangkan bisnisnya. Kesimpulannya sosialisasi ini telah berhasil mencapai tujuannya, namun masih terdapat kekhawatiran yang signifikan terkait keamanan data dan risiko yang terkait dengan pinjaman ilegal.

Kata Kunci: Transformasi Digital; Pemasaran Digital; UMKM

1. PENDAHULUAN

Industri 4.0 telah memacu perkembangan dan penyesuaian di berbagai sektor. Revolusi ini awalnya difokuskan pada industri manufaktur yang memiliki tingkat kemajuan teknologi tinggi di dunia, dengan penekanan pada teknologi digital (Tapsi & Priatna, 2024). Namun, seiring berjalannya waktu kemajuan teknologi, informasi, dan internet juga merambah ke sektor bisnis, di mana para pengusaha memanfaatkan internet untuk mempromosikan produk dan layanan mereka secara luas. Terutama pada saat situasi pandemi, kemajuan

Cara mensitasi artikel ini: Pattisahusiwa, S., Cahyaningtyas, A. Transformasi Digital UMKM: Menghindari Jerat Pinjaman Online Ilegal Melalui Pemasaran Digital. ANDIL Mulawarman J Comm Engag. 2025; 2(4): 136-141.

teknologi digital telah mendorong semua bisnis, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk mempercepat proses transformasi digital mereka.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran vital dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% dari total PDB dan menyerap sebagian besar tenaga kerja. Namun, dalam menghadapi tantangan era digital dan pandemi COVID-19, banyak UMKM menghadapi kesulitan dalam mempertahankan kelangsungan bisnis mereka. Menurut data dari Katadata pada Mei 2020, sekitar 94,69% UMKM mengalami penurunan drastis dalam omset penjualan, dengan sektor food and beverage serta pengolahan menjadi yang paling terdampak. Situasi ini memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Selain itu, salah satu tantangan terbesar adalah akses terbatas ke pembiayaan formal, yang sering kali membuat para pelaku UMKM mencari alternatif yang lebih mudah, seperti pinjaman online. Pinjaman online, yang sering disebut sebagai pinjol, kini menjadi pilihan populer bagi masyarakat yang memerlukan dana tunai secara cepat. Sayangnya, tidak semua pinjaman online bersifat legal dan aman, sehingga banyak UMKM yang terjebak dalam pinjaman online ilegal dengan bunga yang mencekik dan praktik penagihan yang tidak etis.

Pinjaman online ilegal adalah aktivitas peminjaman uang melalui platform layanan online yang belum terdaftar dan tidak mendapatkan izin resmi dari OJK. di Indonesia. Antara tahun 2017 hingga 2023, Satgas Pasti, yang bertugas memberantas aktivitas keuangan ilegal, telah menutup 8.149 entitas keuangan yang tidak sah. Selama periode enam tahun tersebut, mereka berhasil mengidentifikasi terdapat 1.218 investasi yang tidak sah, 6.680 pinjaman online ilegal, serta pinjaman pribadi (pinpri), dan 251 lembaga gadai yang beroperasi secara ilegal. Meskipun demikian, pinjaman online ilegal terus bermunculan, salah satu faktornya adalah kemajuan teknologi yang memudahkan pembuatan aplikasi pinjol ilegal. Selain itu, banyak orang yang masih mudah tergiur oleh tawaran pinjaman ilegal. Slogan seperti mudah, cepat, dan praktis sering digunakan, meskipun ada risiko berbahaya yang tersembunyi di baliknya (Sugangga & Sentoso, 2020).

Transformasi digital menjadi kunci dalam membantu UMKM menghindari jerat pinjaman online ilegal. Dengan memanfaatkan teknologi digital, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengakses pembiayaan yang lebih aman dan terjangkau. Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan potensial dengan lebih efektif, memanfaatkan platform seperti media sosial, e-commerce, dan website untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk atau jasa mereka.

Pemasaran digital membuka peluang untuk berhubungan langsung dengan pelanggan melalui saluran media sosial, email, dan berbagai platform yang tersedia lainnya. Interaksi ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan pelanggan, tetapi juga menyediakan sarana untuk mendapatkan masukan berharga dan meningkatkan kepuasan mereka. Pelaku usaha diharuskan untuk selalu berinovasi agar produk mereka semakin terlihat menarik di pasaran. Inovasi dalam digital marketing menjadi hal yang sangat penting karena dapat memberikan keuntungan. Jika tidak ada inovasi, iklan akan terlihat kurang menarik di pasaran dan tidak akan berkembang untuk memenuhi kebutuhan suatu produk.

Setelah melakukan observasi mendalam terhadap UMKM di Desa Sebulu Modern, Kecamatan Sebulu, Kabupaten Kutai Kartanegara, ditemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Terutama terkait akses pasar, cara memasarkan suatu produk, keterbatasan modal, dan literasi keuangan digital. Beberapa permasalahan ini menjadi dasar tujuan diadakannya program sosialisasi literasi keuangan digital. Dengan harapan dapat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnisnya serta memahami bagaimana mekanisme dan risiko layanan keuangan digital.

Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan literasi digital UMKM, khususnya terkait penggunaan teknologi digital dalam bisnis, serta mencegah UMKM terjebak dalam praktik pinjaman online ilegal dengan memberikan alternatif pembiayaan yang lebih aman dan transparan. Serta melihat bagaimana pendapat Masyarakat tentang pemanfaatan aplikasi pinjaman online dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi bisnis.

2. METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN.

Kegiatan ini berupa sosialisasi yang dilaksanakan pada Sabtu, 27 Juli 2024, di Gedung PKK Desa Sebulu Modern, Kecamatan Sebulu, Kabupaten Kutai Kartanegara. Dengan target peserta ialah para pelaku UMKM dan Ibu-Ibu PKK. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan pemaparan materi terkait digital marketing kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi terkait pinjaman online ilegal. Adapun data-data yang dikumpulkan dalam kegiatan ini ialah berupa lembar kuisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait digital marketing dan pinjaman online ilegal.

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah kualitatif dengan pendekatan eksploratif, karena hanya bertujuan untuk menguraikan hasil kuesioner mengenai pendapat dan pemahaman para pelaku UMKM terkait penggunaan aplikasi pinjaman online serta pemasaran digital (Kusnawan, A., dkk, 2019). Berdasarkan

analisis data, kuesioner ini diklasifikasikan sebagai kuesioner yang bersifat tertutup, karena opsi jawaban bagi responden telah ditentukan sebelumnya (Abubakar, H. R. I., 2021). Kategori jawaban kuesioner terbagi dalam 5 jenis, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Penilaian Jawaban Kuesioner

Jawaban Kuesioner	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Perhitungan jawaban kuesioner menggunakan metode skala likert. Dalam penelitian sosial, skala Likert adalah alat yang populer untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi individu. Setelah data dikumpulkan menggunakan skala Likert, perhitungan yang digunakan untuk menganalisis data dilakukan selanjutnya. Mengubah jawaban responden menjadi angka (misalnya, sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju) adalah langkah pertama yang biasanya dilakukan untuk memudahkan perhitungan statistik. Setelah data dikonversi menjadi angka, langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata skor untuk setiap pernyataan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program umkm yang dilakukan untuk para pelaku usaha yang berlangsung di gedung PKK pada sabtu, 27 July 2024. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman kepada para pelaku usaha terkait pentingnya Literasi Digital dan Keuangan terhadap UMKM dalam strategi pemasaran yang menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk atau jasa. Karena bagi pelaku usaha, digital marketing sangat penting dalam memberikan berbagai macam keuntungan. Serta memberikan pemahaman kepada para pelaku usaha terkait pinjaman online ilegal bisa menjadi ancaman serius bagi para pelaku usaha, terutama bagi mereka yang membutuhkan modal cepat namun tidak memiliki akses ke lembaga keuangan resmi. Edukasi mengenai bahaya pinjol ilegal juga penting untuk meningkatkan kesadaran dan melindungi pelaku usaha dari jeratan praktik yang tidak bertanggung jawab.



Gambar 1. Pelaksanaan Sosialisasi Program Kerja Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Unmul

Mahasiswa KKN Sebulu Modern memberikan materi yang terbagi dalam 2 sesi. Sesi pertama menjelaskan tentang apa itu digital marketing, manfaat digital marketing, dan strategi digital marketing. Penyampaian materi dilakukan selama kurang lebih 25 menit. Pada sesi ini, peserta akan diajarkan tentang konsep dan strategi digital marketing yang efektif, termasuk teknik-teknik seperti SEO, pemasaran media sosial, dan pengembangan konten. Materi ini bertujuan untuk membantu UMKM memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk dan jasa mereka, sehingga dapat meningkatkan penjualan tanpa harus bergantung pada pinjaman yang berisiko.

Pada sesi berikutnya, menjelaskan mengenai pinjaman online, termasuk daftar pinjaman yang terdaftar di bawah Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Peserta diberikan panduan untuk memilih layanan teknologi keuangan yang tepercaya dengan suku bunga rendah. Penyampaian materi dilakukan selama kurang lebih 25 menit. Pada sesi ini, peserta diberikan pemahaman tentang konsep pinjaman online ilegal, resiko dan bahaya pinjaman online ilegal, dan dampak terhadap usaha, cara menghindari pinjaman online ilegal, serta perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang terjerat pinjaman online ilegal. Tujuan dari pemaparan materi terkait pinjaman online ilegal terhadap pelaku usaha untuk meningkatkan kesadaran pelaku usaha mengenai adanya resiko dan bahaya pembiayaan. Serta Membantu pelaku usaha melindungi diri dan usaha mereka dari potensi kerugian yang diakibatkan oleh penggunaan pinjaman online ilegal, dan mendorong pelaku usaha untuk hanya menggunakan layanan pinjaman yang sah dan terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta memahami perlindungan hukum yang mereka miliki. Setelah dilakukan sosialisasi, kami membagikan lembar kuesioner yang berisi 10 pernyataan untuk melihat sejauh mana pemahaman para pelaku UMKM terkait materi yang telah disampaikan.

3.1 Identifikasi Responden

Hasil penyebaran kuesioner mendapatkan jawaban dari 10 orang responden yang merupakan peserta sosialisasi. Dari 10 pernyataan, kami mengambil 6 poin pernyataan yang dianggap penting serta mendapatkan banyak respon setuju dari para pelaku UMKM. Adapun data yang dihasilkan seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Daftar Pernyataan dan Hasil Kuesioner

No.	Pernyataan	Jawaban Kuesioner	Jumlah
1.	Saya menggunakan media sosial untuk mempromosikan dagangan saya	Sangat Setuju	5
		Setuju	4
		Cukup Setuju	0
		Tidak Setuju	1
		Sangat Tidak Setuju	0
2.	Media sosial membantu saya menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen.	Sangat Setuju	1
		Setuju	6
		Cukup Setuju	2
		Tidak Setuju	1
		Sangat Tidak Setuju	0
3.	Dengan media sosial, saya lebih mudah menjelaskan produk yang saya tawarkan kepada konsumen.	Sangat Setuju	3
		Setuju	5
		Cukup Setuju	1
		Tidak Setuju	1
		Sangat Tidak Setuju	0
4.	Saya tertarik untuk suntikan dana modal usaha	Sangat Setuju	0
		Setuju	6
		Cukup Setuju	1
		Tidak Setuju	0
		Sangat Tidak Setuju	3
5.	Saya tertarik menggunakan platform pinjaman online yang legal dan terdaftar	Sangat Setuju	0
		Setuju	7
		Cukup Setuju	1
		Tidak Setuju	1
		Sangat Tidak Setuju	1
6.	Informasi pengguna dan transaksi terlindungi oleh fasilitas platform pinjaman online	Sangat Setuju	1
		Setuju	1
		Cukup Setuju	4
		Tidak Setuju	3
		Sangat Tidak Setuju	1

3.2 Pembahasan

1. Berdasarkan analisis data pada pernyataan pertama, rata rata skor dari total responden adalah 4,2, yang mendekati skor "setuju". Menunjukkan persetujuan terhadap gagasan bahwa masyarakat menggunakan media sosial untuk mempromosikan dagangan mereka. Ini sejalan dengan pernyataan dari Prasetya et al., 2021. Para pelaku UMKM setuju bahwa penggunaan media sosial sebagai alat promosi dapat meningkatkan penjualan mereka. Dengan menggunakan platform media sosial, strategi digital marketing kita akan sangat dipengaruhi. Jika strategi pemasaran yang kita gunakan menarik, akan berdampak besar pada pencapaian target penjualan produk UMKM.
2. Berdasarkan analisis data pada pernyataan kedua, rata rata skor dari total responden adalah 3,7, yang mendekati skor "setuju". Menunjukkan persetujuan terhadap gagasan bahwa media sosial dapat membantu menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Irianto, 2015. Media sosial dapat berfungsi sebagai ujung tombak bagi UMKM dalam peran layanan pelanggan, membantu menangani keluhan dan masalah yang dihadapi oleh pelanggan maupun calon pelanggan.
3. Berdasarkan analisis data pada pernyataan ketiga, rata rata skor dari total responden adalah 4, yang berarti "setuju". Menunjukkan persetujuan terhadap gagasan bahwa media sosial memudahkan pelaku usaha menjelaskan produk yang mereka jual. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Winarti, n.d. Setiap platform media sosial menyediakan berbagai alat dan fitur yang memungkinkan bisnis untuk menyampaikan konten spesifik kepada target UMKM.
4. Berdasarkan analisis data pada pernyataan keempat, rata rata skor dari total responden adalah 3, yang berarti "cukup setuju". Menunjukkan sebagian peserta setuju, namun juga terdapat beberapa peserta yang kurang setuju terhadap gagasan bahwa pelaku usaha tertarik untuk mendapatkan suntikan dana modal usaha. Ini sejalan dengan pernyataan dari Lesmawan & Yudiantara, 2022. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa motivasi, pengalaman, unsur kredit, dan pemasaran adalah faktor-faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pelaku UMKM dalam memilih pinjaman online sebagai alternatif pendanaan.
5. Berdasarkan analisis data pada pernyataan kelima, rata rata skor dari total responden adalah 3,4, yang mendekati skor "cukup setuju". Menunjukkan sebagian peserta setuju, namun juga terdapat beberapa peserta yang kurang setuju terhadap gagasan bahwa pelaku usaha tertarik menggunakan platform pinjaman online yang legal dan terdaftar. Ini sejalan dengan pernyataan dari Azzikri, 2023. Penelitian ini mengungkapkan bahwa pemahaman mengenai layanan pinjaman online dan suku bunga pinjaman berperan dalam memengaruhi keputusan individu untuk memanfaatkan layanan tersebut. Masyarakat yang memiliki pengetahuan lebih mendalam dan kesadaran yang baik cenderung memilih layanan pinjaman online yang legal dan terdaftar.
6. Berdasarkan analisis data pada pernyataan keenam, rata rata skor dari total responden adalah 2,8, yang mendekati skor "cukup setuju". Menunjukkan sebagian peserta setuju, namun juga terdapat beberapa peserta yang kurang setuju terhadap gagasan bahwa informasi pengguna dan transaksi terlindungi oleh fasilitas platform pinjaman online. Ini sejalan dengan pernyataan dari Anjeliana et al., 2020. Penelitian ini menyebutkan bahwa meskipun Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengeluarkan regulasi terkait perlindungan data pribadi, masih banyak pengguna yang mengalami pelanggaran, seperti pencurian data pribadi dan intimidasi dari penagih utang. Selain itu, dari pernyataan ini juga memberikan kesimpulan bahwa masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami resiko yang dihasilkan dari pinjaman online ilegal. Sehingga literasi keuangan digital masih sangat diperlukan bagi desa tersebut.

Secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa pelaku UMKM di wilayah ini telah menunjukkan peningkatan pemahaman dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama media sosial, untuk mengembangkan bisnisnya. Namun, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti kurangnya pemahaman mengenai layanan keuangan digital dan risiko yang terkait, serta kekhawatiran akan keamanan data.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap potensi besar dari transformasi digital dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Sebulu Modern telah menyadari manfaat dari penggunaan media sosial sebagai alat promosi dan layanan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM semakin terbuka terhadap penerapan teknologi digital. Namun, penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya meningkatkan literasi digital UMKM, terutama dalam hal layanan keuangan digital. Meskipun banyak UMKM tertarik dengan opsi pendanaan melalui pinjaman online, masih terdapat kekhawatiran yang signifikan terkait keamanan data dan risiko yang

terkait dengan pinjaman ilegal. Persentase pelaku UMKM yang tidak yakin atau tidak setuju dengan perlindungan data pada platform pinjaman online menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan yang perlu segera diatasi.

Ucapan Terima Kasih: -

Kontribusi Penulis: Konsep – Salmah Pattisahusiwa; **Desain** – Adhelia Cahyaningtias; **Supervisi** – Salmah Pattisahusiwa; **Bahan** – Adhelia Cahyaningtias; **Koleksi Data dan/atau Proses** – Adhelia Cahyaningtias; **Analisis dan/atau Interpretasi** – Adhelia Cahyaningtias dan Salmah Pattisahusiwa; **Pencarian Pustaka** – Adhelia Cahyaningtias dan Salmah Pattisahusiwa; **Penulisan** – Adhelia Cahyaningtias dan Salmah Pattisahusiwa; **Ulasan Kritis**–Salmah Pattisahusiwa.

Sumber Pendanaan: -

Konflik Kepentingan: penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan

REFERENSI

- Abubakar, H. R. I. (2021). Pengantar metodologi penelitian. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Anjeliana, R., Risma, A., & Arief, A. (2020). Perlindungan hukum dalam perjanjian pinjam meminjam secara online pada aplikasi akulaku. *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 1–40.
- Azzikri, M. F. (2023). Kebiasaan menggunakan layanan jasa pinjaman online oleh pemuda di kota tangerang. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Irianto, A. B. P. (2015). Pemanfaatan Social Media Untuk Meningkatkan Market Share UKM. *Jurnal Teknomatika*, 8(1), 1-12. <https://www.researchgate.net/publication/322498793>
- Lesmawan, P. A., & Yudiantara, I. G. A. P. (2022). Determinan keputusan pelaku umkm dalam memilih pinjaman online sebagai alternatif pendanaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(3), 1024–1035.
- Prasetya, A. Y., Sugiharti, & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan penjualan produk umkm desa boja. *Jurnal Budimas*, 03(01), 2021. www.cnnindonesia.com
- Sugangga, R., & Sentoso, E. H. (2020). Perlindungan hukum terhadap pengguna pinjaman online (pinjol) ilegal. *Justice Journal Of Law*, 01(1), 47–61. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/pajoul/index>
- Tapsi, S. Al, & Priatna, W. B. (2024). Transformasi Digital Dongrak Produktivitas UMKM. <https://fem.ipb.ac.id/index.php/2024/01/06/transformasi-digital-dongrak-produktivitas-umkm/>
- Winarti, C. (n.d.). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. <https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2022/09/19.pdf>

This is an open access article which is publicly available on our journal's website under Institutional Repository at <https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/ANDIL/index>