

INTEGRASI PLATFORM ONLINE SHOP DAN DIGITAL FINANCE DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM

Yuni Utami^{1*}, Juli Riyanto Tri Wijaya², Sari Wiyanti³, Sri Murdiati⁴

¹ yuniutami@upstegal.ac.id, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

² juli.wijaya@upstegal.ac.id, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

³ sariwiyanti@upstegal.ac.id, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

⁴ srimurdiati@upstegal.ac.id, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Pengajuan : 08/07/2025

Revisi : 15/07/2025

Penerimaan : 18/07/2025

Kata Kunci:

UMKM, Digitalisasi, E-Commerce, Keuangan Digital, Pengabdian Masyarakat

Keywords:

MSMEs, Digitalization, E-Commerce, Digital Finance, Community Service

DOI:

10.52859/jam.v4i2.812

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk tetap bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan global. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja UMKM Klubanostic di Kabupaten Brebes melalui integrasi pemanfaatan *platform online shop* dan optimalisasi *digital finance*. Metode yang digunakan yakni pelatihan yang melibatkan 25 pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha. Materi pelatihan mencakup pembuatan dan pengelolaan toko *online* (Shopee, Tokopedia), serta penerapan sistem pembayaran non-tunai dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan *platform* digital, baik dari sisi pemasaran maupun pengelolaan keuangan. Sebanyak 76% peserta mulai menggunakan QRIS, dan 84% telah melakukan pencatatan keuangan secara digital. Selain itu, lebih dari setengah peserta mencatat peningkatan omzet dan jangkauan pasar setelah pelatihan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan integratif berbasis teknologi dapat menjadi solusi strategis dalam pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are an economic sector that has a strategic role in driving national economic growth. Digital transformation is an urgent need for MSMEs to survive and thrive in the face of global competition. This community service activity aims to improve the performance of MSME Klubanostic in Brebes Regency through the integration of the use of *online shop* platforms and optimization of *digital finance*. The method used is training involving 25 MSME actors from various business sectors. The training materials include the creation and management of *online* stores (Shopee, Tokopedia), as well as the implementation of non-cash payment systems and financial records based on digital applications. The results of the activity showed a significant increase in the use of digital platforms, both in terms of marketing and financial management. As many as 76% of participants started using QRIS, and 84% have recorded their finances digitally. In addition, more than half of the participants recorded an increase in turnover and market reach after the training. This activity shows that an integrative technology-based approach can be a strategic solution in empowering MSMEs sustainably.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di tengah perubahan zaman yang semakin terdigitalisasi, UMKM dihadapkan pada tantangan untuk dapat beradaptasi dan meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi informasi. Digitalisasi menjadi sebuah keniscayaan, terlebih pascapandemi COVID-19 yang mempercepat peralihan pola konsumsi masyarakat dari konvensional ke digital. Oleh karena itu, transformasi digital tidak hanya menjadi pilihan, melainkan keharusan bagi pelaku UMKM untuk tetap bertahan dan berkembang (Utami *et al.*, 2023; Adeliya *et al.*, 2025; Chaidir *et al.*, 2025; Hakim, 2025).

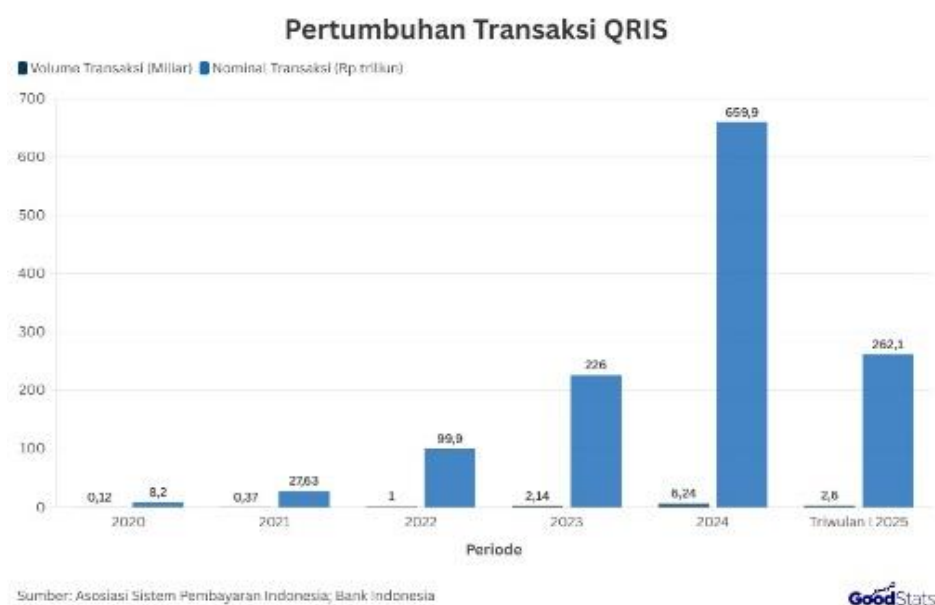
Salah satu bentuk konkret dari transformasi digital adalah pemanfaatan *platform online shop* dan *digital finance*. *Platform online shop* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memasarkan produknya secara lebih luas, efisien, dan terukur. Sementara itu, *digital finance*, termasuk penggunaan dompet digital (*e-wallet*), QRIS, dan aplikasi pembukuan digital seperti BukuWarung dan Akuntansi UKM, memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola transaksi

keuangan secara modern, cepat, dan aman (Gunistiyo *et al.*, 2023; M. Hadi *et al.*, 2025; Noor & Ahmadi, 2025; Sutrisman & Susyanti, 2025). Kombinasi antara digital marketing dan *digital finance* ini dapat membentuk ekosistem bisnis berbasis teknologi yang mampu mendukung kinerja UMKM secara berkelanjutan (Wijaya *et al.*, 2025; Fajrul & Sptyana, 2025; Zikrillah & Sartika, 2025).

Namun demikian, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di daerah, termasuk di Kabupaten Brebes, masih menghadapi berbagai kendala dalam menerapkan transformasi digital secara menyeluruh. Minimnya literasi digital, keterbatasan akses informasi, kurangnya pemahaman akan platform *online*, serta ketidakterbiasaan menggunakan sistem pembayaran digital menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha berbasis teknologi (Susetyo *et al.*, 2025; Rosalina & Majid, 2025; Sari & Azhar, 2025; Tanjung *et al.*, 2025). Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang sistematis dan berkelanjutan dari kalangan akademisi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk membantu UMKM melakukan akselerasi digitalisasi bisnisnya.

Kegiatan pengabdian ini merupakan kelanjutan sekaligus integrasi dari dua kegiatan sebelumnya, yaitu "Pemanfaatan *Platform online shop* Guna Meningkatkan Kinerja UMKM Klubanostic di Kabupaten Brebes" dan "Optimalisasi *Digital finance* untuk Meningkatkan Kinerja UMKM Klubanostic di Kabupaten Brebes". Melalui penggabungan dua pendekatan tersebut, pengabdian ini bertujuan untuk membentuk sinergi antara pemasaran digital dan keuangan digital sebagai fondasi utama bagi penguatan kinerja UMKM. Fokus kegiatan ditujukan kepada anggota komunitas UMKM Klubanostic yang tersebar di wilayah Kabupaten Brebes dengan berbagai jenis usaha, mulai dari kuliner, fashion, hingga kerajinan lokal.

Bentuk kegiatan pengabdian yang dilaksanakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan evaluasi secara langsung kepada pelaku UMKM. Materi pelatihan dirancang secara aplikatif dan kontekstual agar mudah dipahami dan diterapkan. Pada tahap awal, pelaku UMKM dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat akun toko *online*, mengunggah produk, membuat deskripsi menarik, dan mengoptimalkan fitur promosi dalam *platform e-commerce* (Yunamahindra & Ariyani, 2025; Rusanto & Ompusunggu, 2025). Selanjutnya, peserta diperkenalkan pada konsep keuangan digital, seperti penggunaan QRIS, pencatatan transaksi melalui aplikasi, serta tips menghindari fraud dalam transaksi *online* (Amin *et al.*, 2024; Afrizal & Megananda, 2025; Sariningsih *et al.*, 2025).



Gambar 1. Pertumbuhan Transaksi QRIS

Sumber: Data diolah (2025)

Selain itu, pendekatan pendampingan dilakukan secara intensif dengan metode mentoring dan studi kasus. Pelaku UMKM didorong untuk langsung mempraktikkan ilmu yang diperoleh dalam usaha nyata mereka. Proses ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun rasa percaya diri dan kemandirian digital. Dengan pendampingan yang berkelanjutan, UMKM mampu menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen dan menciptakan nilai tambah dalam pengelolaan bisnisnya (Hutabarat *et al.*, 2025; Mandala & Putri, 2025; Prihatni & Gurendrawati, 2025). Gambar 1 diatas merupakan Grafik pertumbuhan volume transaksi dan adopsi QRIS di Indonesia hingga Triwulan I 2025, berdasarkan data Bank Indonesia dan GoodStats.

Pada Gambar 1, terjadi lonjakan drastis adopsi QRIS pada masyarakat dan UMKM Indonesia terutama peningkatan volume transaksi hingga 594% YoY yang menunjukkan bahwa sistem *digital finance* telah menjadi tatanan umum dalam ekonomi mikro, termasuk di kalangan pelaku usaha kecil. Namun, terlepas dari keberhasilan ini, banyak UMKM belum secara optimal memanfaatkan *platform online shop* untuk memasarkan produk secara digital, sehingga potensi penguatan kinerja usaha melalui sinergi antara pemasaran dan keuangan digital masih jauh dari maksimal. Fenomena ini menjadi dasar urgensi kegiatan pengabdian: mendampingi UMKM dalam integrasi kedua aspek *e-commerce* dan *digital finance* untuk meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, dan keberlanjutan usaha secara holistik. Volume transaksi QRIS melonjak dari 374 juta transaksi pada Q1 2024 menjadi 2,6 miliar transaksi pada Q1 2025. Jumlah merchant (kedai/UMKM) juga meningkat dari 32 juta menjadi 38,1 juta. Pengguna QRIS naik dari 48 juta menjadi 56,3 juta dalam periode yang sama.

Rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah bagaimana cara mengintegrasikan saluran pemasaran digital dan sistem keuangan yang efisien bagi UMKM agar dapat meningkatkan penjualan, memperbaiki manajemen keuangan, dan mempermudah akses ke sumber pendanaan formal. Selain itu, bagaimana digitalisasi dapat memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan global, mendorong inklusi ekonomi dan keuangan, serta mengurangi kesenjangan digital antarwilayah, sejalan dengan upaya pemerintah dalam transformasi digital UMKM melalui program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan digitalisasi oleh Kementerian Koperasi dan UKM.

Setelah memperhatikan kondisi dan potensi yang dimiliki UMKM Klubanostic di Kabupaten Brebes, maka pendekatan integratif antara pemanfaatan *platform online shop* dan optimalisasi *digital finance* menjadi solusi strategis yang perlu terus dikembangkan. Kegiatan pengabdian ini diharapkan tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas individu pelaku UMKM, tetapi juga pada penguatan kelembagaan komunitas dan jejaring usaha. Kolaborasi lintas sektor, termasuk pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku usaha digital diharapkan dapat memperluas manfaat program dan menciptakan ekosistem bisnis lokal yang adaptif dan berkelanjutan (Kusumastuti *et al.*, 2025; Wasi *et al.*, 2025; Zuchroh, 2025).

Tujuan utama kegiatan ini adalah membantu UMKM memanfaatkan dua kekuatan utama dalam dunia digital, yaitu saluran pemasaran dan sistem keuangan, sehingga dapat meningkatkan penjualan, memiliki manajemen keuangan yang lebih baik dan transparan, serta siap mengakses sumber pendanaan formal (Hermuningsih *et al.*, 2025; Sultansyah & Puspawati, 2025). Digitalisasi menyeluruh diharapkan dapat memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan global dan menjadi motor penggerak ekonomi lokal. Kegiatan ini sejalan dengan arahan pemerintah dalam mendorong transformasi digital UMKM melalui program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) dan digitalisasi UMKM oleh Kementerian Koperasi dan UKM, yang bertujuan mendorong inklusi ekonomi dan keuangan serta mengurangi kesenjangan digital antarwilayah (Ngatimin & Wardokhi, 2025; Nugroho *et al.*, 2025).

Pelibatan mahasiswa dan dosen juga menjadi bagian dari implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan.

Telaah Literatur

Transformasi digital telah menjadi faktor penting dalam perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. UMKM yang mengadopsi teknologi digital, khususnya dalam manajemen keuangan dan pemasaran *online*, cenderung lebih mampu bertahan dan berkembang dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Dalam konteks ini, integrasi antara *platform online shop* dan *digital finance* memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, memungkinkan mereka untuk lebih efisien dan efektif dalam menjalankan operasionalnya (Sutrisno, 2022).

Urgensi Digitalisasi bagi UMKM Mitra

Digitalisasi telah membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka. Menurut Afrizal dan Megananda (2025), transformasi digital melalui digitalisasi keuangan telah terbukti meningkatkan keberlanjutan UMKM. Penerapan teknologi seperti *e-wallet* dan sistem pembayaran digital mempermudah UMKM dalam mengelola arus kas dan transaksi keuangan. Selain itu, digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar global, meningkatkan visibilitas produk, dan mempercepat proses transaksi (Burhan, 2025; Hadi *et al.*, 2025). Sejalan dengan itu, Hidayat *et al.* (2025) menekankan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dan teknologi finansial dapat meningkatkan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah dengan cara memperluas pasar dan memberikan kemudahan akses terhadap sumber daya finansial. *Digital finance*, sebagai bagian dari digitalisasi keuangan, juga berperan penting dalam memfasilitasi pembiayaan bagi UMKM. Hadi *et al.* (2025) menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki akses ke sistem pembiayaan digital, seperti *peer-to-peer lending* dan *crowdfunding*, mampu mendapatkan dana lebih cepat dan dengan proses yang lebih mudah dibandingkan dengan sistem pembiayaan tradisional. Hal ini mendukung upaya UMKM untuk mengembangkan usaha mereka secara lebih cepat (Indriastuti *et al.*, 2024; Wicaksono *et al.*, 2025).

Platform Online Shop dalam Meningkatkan Kinerja UMKM

Platform online shop memiliki peran yang sangat penting dalam membantu UMKM untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Gunistiyo *et al.* (2023) menjelaskan bahwa melalui *platform online*, UMKM di Kabupaten Brebes berhasil meningkatkan penjualan dan memperluas pasar mereka. Hal ini tidak hanya mencakup penjualan produk, tetapi juga peningkatan kesadaran merek dan keterlibatan konsumen. Fajrul dan Saptiyana (2025) menyatakan bahwa UMKM kuliner yang memanfaatkan *platform digital* untuk menjual produk mereka mengalami peningkatan daya saing, terutama dalam pasar yang sangat kompetitif. Lebih lanjut, Chaidir *et al.* (2025) menekankan pentingnya integrasi *platform online shop* dengan sistem manajemen keuangan yang efisien, agar UMKM dapat mengelola data transaksi dengan lebih baik. Dengan adanya integrasi ini, UMKM tidak hanya dapat menjual produk, tetapi juga memantau keuangan mereka secara real-time, yang memberikan mereka kemampuan untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat (Indriastuti *et al.*, 2022; Kuswanto *et al.*, 2024).

Integrasi Digital Finance dan Platform Online Shop untuk Meningkatkan Kinerja UMKM

Integrasi antara *platform online shop* dan *digital finance* memberikan keuntungan besar bagi UMKM dalam meningkatkan kinerja mereka. Hatta dan Syam (2025) menjelaskan bahwa dengan adanya platform digital yang menggabungkan sistem pembayaran elektronik, pelaku UMKM dapat melakukan transaksi secara lebih efisien dan aman. Integrasi ini memungkinkan konsumen untuk melakukan

pembayaran menggunakan berbagai metode digital, seperti kartu kredit, *e-wallet*, dan transfer bank, yang memperluas pilihan pembayaran bagi pelanggan. Selain itu, Mandala dan Putri (2025) mengungkapkan bahwa keberhasilan UMKM dalam mengintegrasikan *digital finance* dengan *platform online shop* sangat bergantung pada pemahaman dan kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut secara maksimal. Oleh karena itu, pelatihan dan edukasi mengenai penggunaan sistem pembayaran digital dan manajemen keuangan berbasis teknologi menjadi aspek yang sangat penting. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh kedua platform ini untuk meningkatkan daya saing mereka (Bibin et al., 2022; Kuswanto, 2022).

Tantangan dalam Implementasi Digitalisasi

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh dari digitalisasi, implementasi teknologi digital di kalangan UMKM tidak tanpa tantangan. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Hakim (2025), menunjukkan bahwa banyak UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam memahami konsep dasar digitalisasi dan pengelolaan keuangan berbasis digital. Kesulitan ini terkait dengan rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, keterbatasan infrastruktur, serta ketidakmampuan dalam mengakses teknologi yang lebih canggih. Iswan et al. (2025) juga mencatat bahwa meskipun literasi keuangan semakin meningkat di kalangan pelaku UMKM, masih ada kendala dalam penggunaan aplikasi dan *platform digital*, terutama di daerah-daerah yang lebih terpencil. Oleh karena itu, untuk memastikan kesuksesan implementasi digitalisasi, perlu ada upaya untuk meningkatkan literasi digital dan menyediakan dukungan yang lebih baik bagi pelaku UMKM, seperti pelatihan penggunaan *platform digital* dan teknologi finansial (Nurhalim & Rohmanuddin, 2022; Suroso, 2022).

Teori transformasi digital yang mengedepankan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM sangat relevan dengan pengabdian ini. Dalam konteks pengabdian ini, integrasi antara saluran pemasaran digital melalui *platform online shop* dan sistem keuangan berbasis digital, seperti *e-wallet* dan *peer-to-peer lending*, sejalan dengan teori digitalisasi yang mendukung UMKM dalam memperbaiki kinerja dan memperluas akses pasar. Transformasi digital diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM, yang sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan keberlanjutan dan pengelolaan keuangan UMKM (Afrizal & Megananda, 2025; Sutrisno, 2022). Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk mengimplementasikan teori-teori tersebut dalam praktik dengan memberi pelatihan dan pendampingan pada UMKM agar dapat mengoptimalkan manfaat dari digitalisasi dalam pemasaran dan manajemen keuangan mereka.

Meskipun banyak penelitian yang membahas transformasi digital dan manfaat *platform online shop* serta *digital finance* bagi UMKM, masih terdapat gap dalam penelitian yang mengkaji integrasi kedua aspek tersebut secara menyeluruh dalam konteks pemberdayaan UMKM di Indonesia. Banyak penelitian fokus pada satu aspek saja, seperti digitalisasi keuangan (Hadi et al., 2025) atau pemasaran melalui *platform online* (Gunistiyo et al., 2023), namun kurang mengeksplorasi hubungan integratif antara keduanya dalam mendukung keberlanjutan UMKM. Selain itu, meskipun ada penelitian yang membahas tantangan implementasi digitalisasi (Hakim, 2025; Iswan et al., 2025), masih minim studi yang membahas solusi praktis terkait pengembangan kapasitas UMKM untuk mengatasi tantangan tersebut, seperti pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada pemahaman dan penerapan teknologi digital secara terintegrasi. Gap ini menjadi dasar bagi pengabdian ini untuk mengembangkan pendekatan holistik yang tidak hanya mengedepankan teknologi, tetapi juga meningkatkan kapasitas UMKM dalam mengakses dan mengoptimalkan teknologi digital secara efektif.

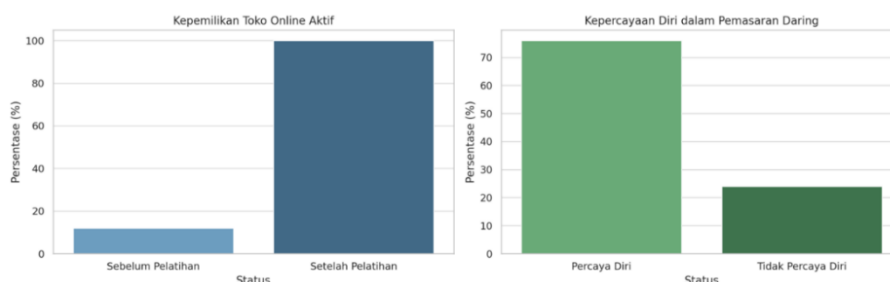
Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara kolaboratif oleh tim dosen dan mahasiswa serta komunitas UMKM Klubanostic, UMKM ini terletak di Banjartatma, Bulakamba, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif agar pelaku UMKM dapat secara langsung mengimplementasikan materi yang diberikan. Tahap awal kegiatan diawali dengan survei lapangan dan wawancara mendalam terhadap pelaku UMKM binaan Klubanostic untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, khususnya dalam aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan digital. Dari hasil identifikasi diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha belum optimal dalam memanfaatkan *platform online shop* dan masih menggunakan metode manual dalam pencatatan keuangan serta transaksi. Data ini menjadi dasar dalam penyusunan kurikulum pelatihan dan materi pendampingan.

Setelah mengidentifikasi kebutuhan UMKM, tim pengabdian menyusun rencana program yang mencakup dua aspek utama yaitu pemanfaatan *platform online shop* dan optimalisasi *digital finance*. Materi pelatihan dirancang secara praktis, fokus pada peningkatan keterampilan digital dasar, seperti pembuatan akun toko *online*, pengelolaan katalog produk, strategi promosi digital, serta pengelolaan keuangan digital berbasis aplikasi. Modul pelatihan disusun berdasarkan referensi terkini dan studi kasus UMKM lokal agar lebih relevan dan mudah diterapkan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dan interaktif. Pelatihan ini difokuskan pada pelatihan penggunaan *platform online shop*, termasuk pembuatan akun di *platform* Shopee dan Tokopedia, teknik pengambilan foto produk yang menarik, penulisan deskripsi produk yang efektif, strategi penggunaan fitur promosi (*flash sale*, gratis ongkir, *voucher*, dll), pengenalan konsep *cashless* dan QRIS, penerapan *e-wallet* untuk transaksi bisnis, penggunaan aplikasi pembukuan digital (BukuWarung, Catatanku), dan edukasi keamanan transaksi digital dan literasi keuangan dasar.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama satu hari penuh pada tanggal yang telah ditentukan, dengan durasi pelaksanaan mulai pukul 08.00 pagi hingga 16.00 sore. Jadwal kegiatan dimulai dengan sesi pembukaan dan pengenalan materi pada pukul 08.00-09.00, dilanjutkan dengan sesi pertama pelatihan mengenai pemanfaatan *platform online shop* dari pukul 09.00-12.00. Setelah istirahat makan siang, sesi kedua dimulai pukul 13.00-15.00 dengan fokus pada optimalisasi *digital finance*, termasuk penggunaan *e-wallet* dan aplikasi pembukuan digital. Sesi terakhir, dari pukul 15.00-16.00, diakhiri dengan tanya jawab, evaluasi, dan refleksi dari para peserta mengenai penerapan materi yang telah disampaikan. Dengan struktur kegiatan yang padat dan terarah ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat dengan mudah memahami dan langsung mengaplikasikan pengetahuan yang didapat dalam kegiatan sehari-hari mereka. Evaluasi dilakukan dengan wawancara langsung dan menghasilkan kesimpulan bahwa para pelaku UMKM sangat terbantu atas kegiatan tersebut.

Hasil dan Pembahasan



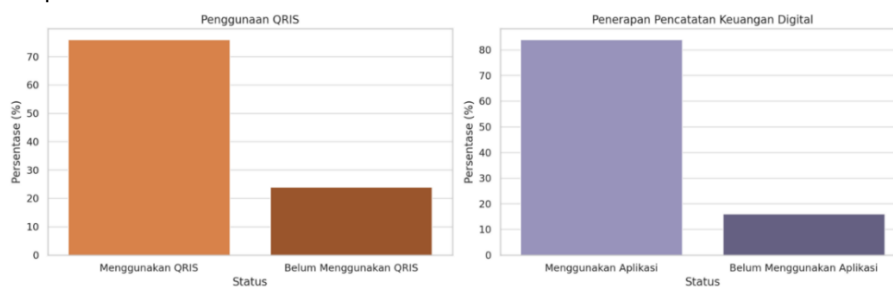
Gambar 2. Grafik perbandingan antara sebelum dan setelah pelatihan

Sumber: Data diolah (2025)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama UMKM Klubanostic di Kabupaten Brebes menunjukkan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Hasil ini diperoleh dari serangkaian pelatihan, pendampingan, dan evaluasi terhadap 25 pelaku UMKM dengan jenis usaha beragam, antara lain makanan olahan, *fashion* lokal, serta kerajinan tangan.

Pada Gambar 2 dapat diketahui bahwa setelah mengikuti pelatihan seluruh peserta berhasil membuat akun toko *online* di *platform e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia. Sebelum kegiatan, hanya 3 dari 25 UMKM (12%) yang memiliki toko *online* aktif. Setelah kegiatan, angka ini meningkat menjadi 100%. Para pelaku UMKM mampu mengunggah produk dengan deskripsi yang menarik, mengatur harga kompetitif, dan menggunakan fitur-fitur promosi seperti *voucher* diskon dan *flash sale*.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa 76% peserta merasa lebih percaya diri memasarkan produknya secara daring. Selain itu, pelaku UMKM juga memahami pentingnya visual produk. Dengan pelatihan teknik fotografi sederhana menggunakan *smartphone*, peserta mampu menghasilkan foto produk yang lebih menarik. Hal ini berdampak langsung terhadap tampilan etalase toko *online* mereka, yang sebelumnya kurang profesional menjadi lebih meyakinkan. Peserta juga mulai aktif membagikan tautan toko mereka di media sosial, menunjukkan adanya peningkatan pemanfaatan kanal pemasaran digital secara terpadu.



Gambar 3. Grafik perbandingan aspek *digital finance* sebelum dan setelah pelatihan

Sumber: Data diolah (2025)

Pada aspek *digital finance* yang ditampilkan pada Gambar 3 menunjukkan bahwa sebelum kegiatan pengabdian, hanya 2 UMKM (8%) yang menggunakan metode pembayaran non-tunai. Setelah pelatihan dan pendampingan, sebanyak 19 UMKM (76%) berhasil mengaktifkan dan menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Hal ini memudahkan transaksi dengan konsumen yang terbiasa menggunakan dompet digital seperti OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay. Di samping itu, peserta juga diajarkan menggunakan aplikasi pencatatan keuangan seperti BukuWarung dan CatatanKeuanganku. Sebanyak 21 UMKM (84%) berhasil menerapkan pencatatan transaksi harian menggunakan aplikasi tersebut, yang sebelumnya dilakukan secara manual atau bahkan tanpa pencatatan sama sekali. Keberadaan laporan arus kas harian membantu pelaku usaha dalam menghitung laba bersih, mengontrol biaya, dan membuat keputusan usaha yang lebih tepat.



Gambar 4. Penyampaian materi *online shop* oleh Pemateri 1



Gambar 5. Penyampaian Materi *Digital finance* oleh Pemateri 2

Pembahasan

Integrasi antara pemasaran digital dan pengelolaan keuangan digital memberikan dampak positif terhadap performa usaha peserta. Dari sisi pengelolaan usaha, sebagian besar peserta menyadari pentingnya keterbukaan informasi keuangan dan mulai membiasakan diri mencatat transaksi, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta mengatur pengeluaran harian secara lebih terencana. Hal ini menjadi landasan bagi pengelolaan usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan.

Meskipun kegiatan menunjukkan hasil positif, beberapa tantangan juga dihadapi, antara lain keterbatasan perangkat digital seperti *smartphone* yang kurang memadai, keterbatasan sinyal internet di beberapa wilayah, dan rendahnya konsistensi dalam pencatatan keuangan setelah kegiatan. Untuk mengatasi tantangan ini, tim pengabdian memberikan solusi jangka pendek berupa peminjaman perangkat selama pelatihan, serta membuat video tutorial penggunaan aplikasi agar dapat dipelajari ulang secara mandiri. Tim juga mengembangkan grup komunikasi berbasis WhatsApp untuk konsultasi dan pembinaan lanjutan. Melalui grup ini, peserta dapat bertanya, berbagi pengalaman, dan menerima bimbingan dari tim mentor. Pendekatan ini diharapkan mampu menjaga keberlanjutan dampak program.

Temuan kegiatan ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa digitalisasi UMKM dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional (Chaidir *et al.*, 2025; Mandala & Putri, 2025; Nugroho *et al.*, 2025). Selain itu, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan terbukti membantu pelaku usaha dalam membentuk perilaku finansial yang lebih tertib dan terencana (Hidayat *et al.*, 2025; Prihatni & Gurendrawati, 2025; Rosalina & Majid, 2025). Adopsi sistem pembayaran digital juga dinilai mendorong inklusi keuangan dan memperluas jangkauan pasar UMKM, terutama ke kalangan milenial yang lebih akrab dengan transaksi nontunai (Fajrul & Saptiyana, 2025; Hakim, 2025). Pengalaman dari kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi antara *e-commerce* dan *digital finance* merupakan pendekatan strategis yang dapat mempercepat transformasi digital UMKM. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan aspek pemasaran dan keuangan, tetapi juga membentuk pola pikir baru yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.



Gambar 6. Pemateri foto bersama dengan para peserta



Gambar 7. Peserta antusias mengikuti pelatihan

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang mengintegrasikan pemanfaatan *platform online shop* dan optimalisasi *digital finance* terbukti memberikan dampak positif dalam meningkatkan kinerja UMKM Klubanostic di Kabupaten Brebes. Melalui pelatihan, pendampingan, dan monitoring intensif, para pelaku UMKM mampu meningkatkan literasi digital, mengoptimalkan pemasaran produk secara *online*, serta menerapkan sistem keuangan digital yang lebih efisien dan transparan. Peserta kegiatan berhasil membuat dan mengelola toko *online* di platform *e-commerce* utama, menggunakan fitur promosi digital, serta memahami pentingnya tampilan visual dalam menarik konsumen. Pada saat yang sama, pelaku UMKM juga mengadopsi sistem pembayaran non-tunai berbasis QRIS dan mulai melakukan pencatatan transaksi keuangan harian menggunakan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan usaha mikro. Integrasi dua aspek ini pemasaran digital dan keuangan digital menjadi pondasi penting dalam mendorong daya saing UMKM di era transformasi digital. Hasil dari kegiatan ini juga menunjukkan peningkatan omzet, jangkauan pasar, dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya pengelolaan usaha berbasis teknologi. Meskipun masih terdapat beberapa tantangan teknis, kegiatan ini membuktikan bahwa dengan pendekatan aplikatif dan partisipatif, UMKM lokal dapat diberdayakan secara efektif untuk mengikuti perkembangan zaman.

Agar dampak kegiatan ini berkelanjutan dan dapat direplikasi di wilayah lain, beberapa saran yang dapat disampaikan yaitu perluasan Jangkauan Program: Program pengabdian serupa perlu diperluas ke komunitas UMKM lain di Kabupaten Brebes maupun daerah lainnya, dengan menyesuaikan materi dan metode berdasarkan kebutuhan lokal. Pendampingan berkelanjutan, dibutuhkan sistem pendampingan lanjutan pasca pelatihan, seperti klinik digital UMKM atau forum komunikasi daring agar peserta dapat terus mendapatkan dukungan teknis dan motivasi. Kolaborasi lintas sektor, diperlukan sinergi antara akademisi, pemerintah daerah, penyedia platform digital, serta lembaga keuangan digital untuk menciptakan ekosistem UMKM digital yang lebih kuat dan inklusif. Pemanfaatan teknologi tepat guna, perlu dipertimbangkan penggunaan perangkat digital yang lebih sederhana dan terjangkau agar UMKM di pelosok daerah dapat ikut serta dalam transformasi digital tanpa terkendala akses teknologi. Integrasi dalam kurikulum merdeka belajar, pengabdian berbasis teknologi digital kepada UMKM dapat diintegrasikan ke dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) agar lebih banyak mahasiswa terlibat dalam pemberdayaan masyarakat secara langsung. Dengan demikian, integrasi *platform online shop* dan *digital finance* tidak hanya menjadi solusi jangka pendek dalam menghadapi tantangan digitalisasi, tetapi juga merupakan strategi jangka panjang untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi pelaku UMKM lokal.

Referensi

- Adeliya, A., Putri, Y., & Sanjaya, R. (2025). Pengaruh manajemen keuangan terhadap kinerja perusahaan: Studi pada UMKM di era digital: Literature review. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. <https://prin.or.id/index.php/cemerlang/article/view/3417>
- Afrizal, S. H., & Megananda, T. B. (2025). Transformasi digital: Meningkatkan keberlanjutan UMKM melalui digitalisasi keuangan. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/2541>
- Amin, M. A. N., Murdiati, S., & Wijaya, J. R. T. (2024). Socialization of PBB-P2 Receivables Collection in Tegal Regency. *Jurnal Abdimas Cendekiawan Indonesia*, 1(3), 16-22.
- Bibin, M., Ardian, A., & Kaswiran, K. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengolahan Sampah Organik Rumah Tangga Menggunakan Larva Black Soldier Fly (*Hermetia Illuces*). *Jurnal Abdi Mandala*, 1(2), 69-78.
- Burhan, A. (2025). Meningkatkan Literasi Keuangan Melalui Organisasi Masyarakat Ekonomi Syariah Kota Jakarta Barat. *Jurnal Abdi Mandala*, 4(1), 17-25.
- Chaidir, M., Ruslaini, R., & Irawan, D. (2025). Transformasi digital dalam manajemen keuangan: Studi kasus pada UMKM Indonesia di era ekonomi digital. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/JUMMA45/article/view/4138>
- Danar, D., Kusumowati, D., & others. (2025). Pengaruh e-wallet dan digital marketing terhadap kinerja keuangan UMKM (Studi pada UMKM di wilayah Kota Malang 2024). *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi*. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jb/article/view/15086>
- Fajrul, M., & Saptiana, R. F. (2025). Strategi peningkatan daya saing UMKM kuliner di era digital: Studi kasus pada pelaku usaha di Kota Semarang. *MAMEN: Jurnal Manajemen*. <https://www.journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/view/5066>
- Gunistiyo, G., Utami, Y., Murdiati, S., Amirah, A., Prasetyono, A., & Sukron, M. (2023). Pemanfaatan Platform Onlines Shop Guna Meningkatkan Kinerja Umkm Klubanostic Di Kabupaten Brebes. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 1340-1346.
- Hadi, A., Lutfiyah, A., Utami, S., & others. (2025). Pengembangan equity crowdfunding syariah berbasis platform digital dalam pembiayaan UMKM. *Jurnal Al-Kharaj: Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. <https://mail.jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/8553>
- Hadi, M., Hadady, H., & Arilaha, M. A. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan akses pembiayaan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Ternate; peran digitalisasi keuangan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Mirai Management*. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/9192>
- Hakim, M. P. (2025). Evaluasi kinerja keuangan UMKM pasca-pandemi: Studi kasus pada sektor kuliner di Kota Bandung. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. <https://www.journal.yp3a.org/index.php/akua/article/view/4288>
- Hatta, S., & Syam, J. (2025). Pemanfaatan platform digital oleh UMKM dalam integrasi digital marketing dan fintech. *Journal of Marketing Management and Innovative Business*. <https://ojsapaji.org/index.php/mariobre/article/view/352>
- Hermuningsih, S., Hidayat, R., Wati, S. K., & others. (2025). *Digital finance as a mediator of the influence of financial inclusion and intellectual capital on SME financial performance. Proceedings of the International Conference on Social and Economic Development (ICoSEND)*. <https://www.atlantispress.com/proceedings/icosend-24/126008659>
- Hidayat, T., Tesa, T., Zulvia, D., & Ummar, D. (2025). Pengaruh e-commerce dan financial technology terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Ekobistek*. <https://jman-upiptyk.org/ojs/index.php/ekobistek/article/view/928>
- Hutabarat, M. R. E., Nst, M. L. I., & others. (2025). Analisis kontribusi crowdfunding syariah dalam pengembangan UMKM di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Agama*. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/kamaya/article/view/4025>
- Indriastuti, M., Akbari, D. A., Widarey, A. V. Y., Maulana, G., Munawati, A., Chassman, P. V. M., & Fahrini, A. D. (2022). WORKSHOP DIGITAL MARKETING DAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN BAGI SISWA SMKN 51 JAKARTA. *Jurnal Abdi Mandala*, 1(2), 46-58.

- Indriastuti, M., Nugraha, I. S., Permana, A. C., Zahra, M., Khoiriah, L., Insanah, T. Y. N., & Gustia, R. (2024). Optimalisasi Literasi Kewirausahaan Di Kalangan Remaja Guna Mendukung Agenda Sustainable Development Goals (SDGs). *Jurnal Abdi Mandala*, 3(2), 16-26.
- Iswan, A., Sabarudin, S., Triani, N., & others. (2025). Model peningkatan kinerja keuangan melalui financial behavior sebagai variabel intervening. *Gemilang: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/view/1956>
- Kusumastuti, A. D., & Mahayuwati, I. (2025). Melatih Kreativitas Mahasiswa Melalui Pembuatan Produk Kreatif Pada Mata Kuliah Kreativitas dan Inovasi. *Jurnal Abdi Mandala*, 4(1), 11-16.
- Kuswanto, R. (2022). PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN LENGKAP BAGI MAHASISWA. *Jurnal Abdi Mandala*, 1(2), 91-104.
- Kuswanto, R., Breliastiti, R., Lukman, H., Marundha, A., & Wahyudi, S. (2024). Edukasi Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Mitra Bumdes Meda Rahayu Desa Ambit Situraja Sumedang. *Jurnal Abdi Mandala*, 3(1), 37-50.
- Mandala, I., & Putri, P. Y. A. (2025). Kinerja berkelanjutan UMKM di Bali: Peran literasi keuangan, inovasi fintech dan inklusi keuangan. *Journal of Applied Management and Accounting*. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMA/article/view/9398>
- Nasori, A. (2025). *Perencanaan bisnis UMKM berbasis digital. Dalam Manajemen UMKM di Era Digital* (hlm. 36–49). <https://books.google.com/books?id=Z0IPEQAAQBAJ>
- Ngatimin, N., & Wardokhi, W. (2025). Peran literasi finansial dan inovasi digital dalam meningkatkan business performance dan business sustainability pada UMKM. *Jurnal Education and Development*. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/6986>
- Noor, L., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh digitalisasi, literasi keuangan, dan dukungan teknologi terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Karanganyar. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/654>
- Novianti, S., Zaharman, Z., Arini, A., & others. (2025). Implementasi digitalisasi laporan keuangan dan implikasinya terhadap kinerja keuangan UMKM di Riau. *Jurnal Akuntansi Kompetif*. <https://ejournal.kompetif.com/index.php/akuntansikompetif/article/view/2014>
- Nugroho, A. T., Adiyasa, R., & others. (2025). Ketahanan UMKM berbasis digital: Studi pada UMKM di sektor e-commerce. Musytari: *Jurnal Ilmu Sosial*. <https://ejournal.cahayailmubangsa.institute/index.php/musytari/article/view/3418>
- Nurhalim, A. D., & Rohmanuddin, R. (2022). Pelatihan Pengolahan Data Penelitian Bisnis Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala Dengan Menggunakan Aplikasi Spss (Statistical Product And Service Solutions). *Jurnal Abdi Mandala*, 1(1), 8-13.
- Pratama, G., Sumana, M. D. R., & others. (2025). Strategi digitalisasi UMKM dalam meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *Jurnal Sains dan Inovasi*. <https://onlinejournal.penacceleration.com/index.php/jsi/article/view/136>
- Prayoga, M. S. D., Aristawati, S., Agustin, P. N., & others. (2025). Transformasi pembayaran digital di era ekonomi digital: Analisis efisiensi dan dampaknya terhadap UMKM. *Nusantara Economic Management Review*. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/nemr/article/view/1563>
- Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2025). Pemanfaatan teknologi finansial (fintech) untuk meningkatkan inklusi keuangan pada UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. <https://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/JIAB/article/view/870>
- Rosalina, D., & Majid, M. S. A. (2025). Manajemen kinerja UKM di era transformasi digital: Systematic literature review anteseden, moderator dan mediator. *Jurnal Akuntansi Manajemen dan Ekonomi Kompetitif*. <https://journal.fkpt.org/index.php/JAMEK/article/view/2036>
- Rusanto, P., & Ompusunggu, H. (2025). Analisis pengaruh ketersediaan pembiayaan, pengetahuan akuntansi, dan digitalisasi terhadap kinerja UMKM di Kota Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/9542
- Sakti, W. P., & Masdupi, E. (2025). Pengaruh financial literacy terhadap sustainability performance dengan financial technology sebagai variabel mediasi. *Jurnal Informatika Ekonomi dan Bisnis*. <https://mail.infeb.org/index.php/infeb/article/view/1096>

- Sari, D. D. D., & Azhar, A. (2025). Pengaruh financial technology terhadap kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Bengkulu. *Jurnal Studi Multidisipliner*. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jsm/article/view/8754>
- Sariningsih, E., Puspita, I. L., & Larasati, A. (2025). Pengaruh pemahaman akuntansi, e-commerce, budaya organisasi, dan kualitas laporan keuangan terhadap kinerja UMKM. *ECo-Fin: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Digital*. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/2674>
- Sihombing, L. D., & Masdiantini, P. R. (2025). Pengaruh financial technology, literasi keuangan, dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Badung. *Jurnal Akuntansi Profesi*. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JAP/article/view/79890>
- Sultansyah, A., & Puspawati, D. (2025). Pengaruh pemahaman literasi keuangan dan kemudahan digital payment terhadap kinerja UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomi*. <http://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/view/670>
- Suroso, S. (2022). Penyuluhan produk dan layanan perbankan di era digital bagi siswa SMA Sentosa Jakarta Barat dan mahasiswa STIE Wiyatamandala. *Jurnal Abdi Mandala*, 1(1), 14-21.
- Susetyo, B., Susilawati, A. D., Herwinarni, Y., Wijaya, J. R. T., Sumarno, S., & Jalil, M. (2025). Pelatihan Perpajakan dan Membangun Jaringan Usaha Koperasi bagi Anggota Dewan Koperasi Indonesia Daerah (DEKOPINDA) Kota Tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(2), 335-341.
- Sutrisman, D. Y., & Susyanti, J. (2025). Model innovation dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*. <https://www.ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jrme/article/view/4420>
- Sutrisno, S. (2022). Pelatihan technopreneurship Di era digital untuk siswa smk santo Leo Jakarta barat. *Jurnal Abdi Mandala*, 1(1), 22-29.
- Tanjung, S. A., Rambe, B. H., & others. (2025). Analisis pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan teknologi keuangan terhadap peningkatan kinerja UMKM Labuhanbatu. *Jurnal Ilmiah Kajian Governance*. <https://www.governance.lkispol.or.id/index.php/description/article/view/403>
- Utami, Y., Permananingrum, A., Prasetyono, A., Andela, S. L., & Oktaviani, N. A. (2023). OPTIMALISASI DIGITAL FINANCE UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UMKM CLUBANOSTIC DI KABUPATEN BREBES. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 1332-1339.
- Wasi, M. R. A., Suheryanti, S., & others. (2025). Strategi penguatan UMKM di tengah tantangan digitalisasi ekonomi. *Musytari: Jurnal Ilmu Sosial dan Bisnis*. <https://ejournal.cahayailmubangsa.institute/index.php/musytari/article/view/2518>
- Wicaksono, A. A., Hajar, D., & Wahjudi, J. (2025). Pemanfaatan Wordpress untuk Media Pemasaran Desa Wisata di Sukawali. *Jurnal Abdi Mandala*, 4(1), 57-64.
- Wijaya, J. R. T., Wahyudi, C., Subroto, S., Hapsari, I. M., Mubarak, A., Firmansyah, F., ... & Friyana, D. I. (2025). WORKSHOP DIGITAL MARKETING KERUPUK USEK DI DESA LUMENENG KECAMATAN PANINGGARAN KABUPATEN PEKALONGAN. *SENTRA ABDIMAS: Sinergi dan Transformasi dalam Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 1-14.
- Yunamahindra, A., & Ariyani, D. (2025). Digital marketing, literasi keuangan, teknologi finansial dan inklusi keuangan terhadap pendapatan UMKM di Kota Salatiga. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <http://abdimasku.lppm.dinus.ac.id/index.php/jurnalabdimasku/article/view/2836>
- Zikrillah, M., & Sartika, D. (2025). Pengaruh financial technology (fintech) terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Alang-Alang Lebar dengan e-commerce sebagai variabel moderasi. *Economic Reviews Journal*. <http://www.mes-bogor.com/journal/index.php/mrj/article/view/693>
- Zuchroh, I. (2025). Inovasi fintech syariah: Analisis dampak penerapan platform digital dalam pembiayaan mikro untuk pemberdayaan ekonomi UMKM. *Zaheen: Jurnal Pendidikan, Agama dan Sosial Humaniora*. <http://jurnalinspirasiimodern.com/index.php/Zaheen/article/view/122>