
Pemanfaatan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website untuk Meningkatkan Produktivitas Penjualan UMKM Souvenir Murah Bojonegoro

Yudha Dwi Putra Negara¹⁾ | Doni Abdul Fatah²⁾ | M. Boy Singgih Gitayuda³⁾ | Akhmad Ramdani Syam⁴⁾ | Syaechu Agiel Fukaha⁵⁾ | Muhammad Adzin Firdaus⁶⁾

^{1,2,4,5,6)}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

yudha.putra@trunojoyo.ac.id | doni.fatah@trunojoyo.ac.id | boy.singgih@trunojoyo.co.id |

210441100012@student.trunojoyo.ac.id | 210441100132@student.trunojoyo.ac.id |

210441100136@student.trunojoyo.ac.id

Abstrak: Souvenir Murah Bojonegoro adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang didirikan oleh Thorida Nur Asih pada 17 Agustus 2016 yang terletak di Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro. Usaha ini bergerak dalam produksi dan pemasaran berbagai jenis souvenir seperti botol, tumbler, gelas, mangkok, kipas batik dan jenis souvenir lainnya. Meskipun telah memiliki jangkauan pasar luas, manajemen usaha masih dilakukan secara manual melalui WhatsApp dan Instagram, yang menyebabkan ketidakstabilan penjualan dan kurang efisien. Melalui Program Hibah Kompetitif Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat lewat skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat yang dilakukan dosen dan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (UTM), diterapkannya sistem pemasaran berbasis website dan dilakukan pembaruan alat produksi seperti mesin sablon kaos dan tumbler. Program ini dilaksanakan dalam lima tahap: sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Hasil dari program menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengelolaan data stok produk, katalog, serta laporan penjualan. Selain itu, penggunaan alat sablon baru juga meningkatkan kapasitas produksi secara signifikan, mempercepat proses produksi, dan meningkatkan kualitas hasil produk. Penerapan teknologi ini juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan, menjadikan UMKM Souvenir Murah Bojonegoro lebih kompetitif dan efisien dalam menghadapi persaingan di era digital.

Kata Kunci: Pengabdian; Pemasaran digital; Sistem Informasi; Souvenir Murah Bojonegoro; UMKM;

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara layanan branding dilakukan, dari media cetak ke digital. Dengan sistem informasi yang baik, perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan memperluas jangkauan pasar (Doni et al., 2021). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Dalam rencana strategis yang digagas oleh Kementerian Koperasi, pemberdayaan koperasi dan UMKM merupakan amanat UU No. 20 tahun 2008 (Indonesia, 2020). Pemberdayaan UMKM merupakan integrasi dari pembangunan perekonomian nasional yang diharapkan mampu meningkatkan pemerataan pendapatan serta menciptakan peluang pekerjaan (Farida & Hidayat, 2024).

UKM di Indonesia berperan penting dalam perekonomian, menyerap banyak tenaga kerja dan berkontribusi pada PDB. Meskipun banyak UKM yang menggunakan teknologi digital, banyak yang belum memanfaatkan *e-commerce* secara maksimal (Fatah et al., 2021).

Salah satu bentuk UMKM yang berkembang pesat saat ini adalah UMKM yang bergerak di sektor souvenir. Kementerian Koperasi, pemberdayaan koperasi dan UMKM menilai sektor souvenir memiliki potensi besar sebagai penyumbang pendapatan dari sektor ekonomi kreatif. Bisnis souvenir terus berkembang karena kebutuhan akan barang-barang kenang-kenangan atau hadiah dalam berbagai acara, seperti pernikahan, seminar, atau acara korporat, terus meningkat. Persaingan di sektor UMKM souvenir juga cukup ketat, karena banyaknya pemain baru dan kemudahan dalam memulai bisnis ini. Souvenir tidak hanya diminati secara lokal tetapi juga nasional, terutama dengan kemajuan teknologi digital yang memudahkan pemasaran produk ke berbagai wilayah (Zainudin & Abdul Fatah, 2023).

Banyaknya UMKM yang ada, dihadapkan pada berbagai persoalan yang perlu menjadi perhatian setiap pelaku usaha dan pihak terkait. Salah satu masalah utama adalah banyaknya pelaku usaha mikro yang belum memahami sistem pemasaran digital. Padahal, pemahaman tentang pemasaran digital dapat mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan strategi penjualan yang efektif, sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Tanpa pengetahuan yang memadai tentang pemasaran digital, pertumbuhan usaha cenderung melambat. Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep, penetapan harga, promosi, serta distribusi produk atau jasa (Iswahyudi et al., 2023). Secara sederhana, pemasaran dapat diartikan sebagai upaya membangun dan menjaga hubungan yang memuaskan antara penjual dan pembeli. Promosi, di sisi lain, adalah cara memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk yang ditawarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung (Siagian & Cahyono, 2021). Promosi penjualan memegang peran penting dalam keberhasilan bisnis. Manfaat pemasaran digital bagi UMKM sangat signifikan dalam membangun ekonomi digital yang maju, memperluas pasar, mengikuti perkembangan teknologi, meningkatkan nilai tambah produk, dan mendorong pengembangan strategi pemasaran berbasis digital.

UMKM Souvenir Murah Bojonegoro merupakan salah satu UMKM yang telah berjalan bertahun-tahun dengan produk berkualitas dan harga kompetitif, meski telah memiliki banyak konsumen setia, masih belum memanfaatkan media pemasaran digital yang optimal. Perkembangan teknologi yang semakin hari mengalami perkembangan yang pesat (kumparan.com, 2018), akan tetapi untuk aspek pemasaran dan pemesanan dilakukan secara tradisional melalui word of mouth serta media sosial seperti WhatsApp dan Instagram (Rismawati et al., 2022)(Ahmad Muzdaffar Fauzan, 2024). Kondisi ini membuat usaha sulit berkembang dan mengalami stagnasi. Selain itu, UMKM ini juga masih menggunakan teknik sablon tradisional, yang memperlambat proses produksi dan membatasi kapasitas produksi. Untuk mengatasi hal tersebut, program pendampingan pembuatan website sebagai sistem informasi pemasaran dan pembaruan alat sablon dirancang guna membantu UMKM ini memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan efisiensi produksi.

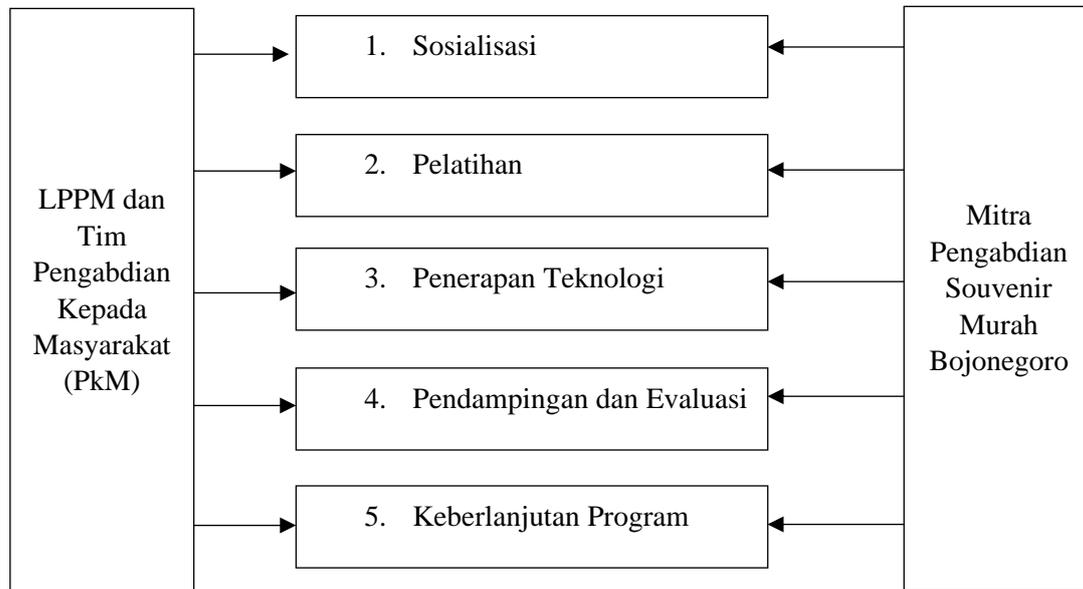
Dengan penggunaan *platform* digital dan alat sablon modern, UMKM Souvenir Murah Bojonegoro dapat mengelola bisnis secara lebih profesional, meningkatkan kecepatan produksi, dan memperluas pasar. Hal ini sangat penting, mengingat pelaku usaha memiliki keterbatasan pengetahuan dalam pemasaran digital dan teknologi produksi modern, yang menghambat pertumbuhan bisnis dan penjualan produk. Berdasarkan permasalahan ini, pengabdian ini berupaya membantu UMKM Souvenir Murah Bojonegoro dalam mengintegrasikan katalog produk, memasarkan melalui *website*, dan memperbarui teknik produksi untuk menunjang kemajuan usaha.

Realisasi Kegiatan

Program pengabdian ini dilaksanakan di tempat UMKM Souvenir Murah Bojonegoro yang ber alamat di desa Ngasem RT/RW 09/03 Kec. Ngasem, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur kode 62154 dengan owner bernama Thorida Nur Asih. Untuk Tim pengabdian terdiri dosen terdiri dari Yudha Dwi Putra Negara sebagai ketua, M. Boy Singgih Gitayuda dan Doni Abdul Fatah, kemudian dibantu oleh tiga mahasiswa dengan nama Akhmad Ramdani Syam, Syaechu Agiel Fukaha, dan Muhammad Adzin Firdaus.

Program ini bertujuan untuk membantu UMKM Souvenir Murah Bojonegoro dalam memanfaatkan sistem informasi pemasaran berbasis website guna meningkatkan penjualan dan memberdayakan usaha. Kegiatan ini berlangsung selama kurang lebih delapan bulan, dimana para pelaku UMKM menerima pelatihan intensif dalam penggunaan teknologi pemasaran digital.

Metode pelaksanaan program ini meliputi lima langkah utama, seperti pada gambar berikut,



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

1. Sosialisasi

Pada kegiatan ini memaparkan secara umum terkait pelaksanaan kegiatan, tujuan kegiatan, manfaat kegiatan dan sasaran kegiatan. Kegiatan ini bertujuan untuk meminta dukungan serta izin terhadap pelaksanaan kegiatan supaya berjalan dengan lancar serta berkaitan kebutuhan apa saja diperlukan dalam proses pelaksanaan pengabdian baik sarana-prasarana atau peralatan pendukung lainnya (Zainudin & Abdul Fatah, 2022).

Sosialisasi disamping itu juga bertujuan memperkenalkan sistem informasi pemasaran berbasis website dan pembaruan alat produksi seperti sablon kaos dan tumbler kepada pelaku UMKM Souvenir Murah Bojonegoro. Diharapkan dari kegiatan ini adalah, mitra memberikan izin dan dukungan dengan program ini, serta peserta merespons positif dan menyadari manfaat sistem ini dalam mengatasi tantangan pemasaran manual dan keterbatasan alat produksi tradisional (Village et al., 2024).

2. Pelatihan

Proses ini adalah memberikan pelatihan tentang penggunaan alat baru produksi mitra, serta penggunaan sistem informasi pemasaran berbasis website, cara penggunaan sehingga mitra dapat dengan mudah melakukan pengelolaan promosi, penjualan secara konsisten dan membantu dalam pembuatan.

Pelatihan intensif diberikan untuk memastikan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan sistem pemasaran berbasis website dan alat sablon baru. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mengelola katalog produk, pembayaran, laporan penjualan, serta percepatan proses produksi dengan alat sablon modern.

3. Penerapan Teknologi

Penerapan sistem pemasaran berbasis website dan penggunaan alat sablon baru dilakukan dengan dukungan teknis dari tim UTM. Meskipun terdapat beberapa tantangan teknis, sistem informasi berhasil diintegrasikan ke dalam operasional UMKM. Alat sablon modern juga mulai digunakan untuk meningkatkan efisiensi dalam produksi kaos dan tumbler, mempercepat waktu pengerjaan dan menambah kapasitas produksi (Chori & Septanto, 2023).

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan berfokus pada pengoptimalan penggunaan sistem pemasaran dan alat produksi baru. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan cara datang secara langsung ke tempat mitra, untuk mendampingi penggunaan sistem informasi penjualan kesulitan dan menanyakan langsung ke mitra terkait masalah atau kendala yang dialami.

Hasilnya, pengelolaan stok, laporan penjualan, serta kapasitas produksi meningkat secara signifikan. Hasil dari kegiatan monitoring dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk melihat tingkat keberhasilan implementasi program kepada mitra UMKM. Evaluasi ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa penerapan alat sablon modern berhasil mempercepat proses produksi dan menambah volume penjualan (Eka Amelia Puspita & Dra Siti Ning Farida, 2023).

5. Keberlanjutan Program

Tahapan ini sebagai bentuk tindak lanjut keberlanjutan program yang telah dilakukan sebelumnya, dimana kegiatan yang dilakukan launching sistem informasi penjualan, dapat membangun kemitraan dengan pemerintah daerah, memberikan pelatihan dan pendampingan lanjutan untuk lebih meningkatkan kemampuan mitra.

Rencana keberlanjutan program disusun agar sistem informasi berbasis website dan penggunaan alat sablon modern dapat terus digunakan dan dikembangkan oleh UMKM Souvenir Murah Bojonegoro. Dengan adanya pembaruan ini, diharapkan UMKM dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar di masa mendatang (Dwiwijaya et al., 2024).

Hasil

Kegiatan pengabdian diawali dengan proses persiapan berupa koordinasi dengan mitra pengabdian, menganalisis masalah dan menerangkan solusi yang direncanakan. Tim pengabdian menyiapkan tenaga ahli untuk pendampingan dan membeli peralatan yang dibutuhkan untuk produksi sediaan. Kegiatan yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut.

1. Sosialisasi

Tahap pertama dari program ini adalah sosialisasi yang bertujuan untuk memperkenalkan pelaku UMKM Souvenir Murah Bojonegoro pada konsep digitalisasi, baik dalam aspek pemasaran maupun produksi. Dalam sesi ini, para pelaku usaha diajak untuk memahami betapa pentingnya sistem informasi berbasis website dalam memaksimalkan potensi pasar yang lebih luas. Selain itu, tim juga menjelaskan bahwa teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan bisnis, termasuk pengelolaan stok, transaksi, dan interaksi dengan pelanggan. Pelaku UMKM juga diberi pemahaman tentang potensi keuntungan dari penggunaan alat sablon baru yang lebih modern dibandingkan dengan metode manual yang digunakan sebelumnya.

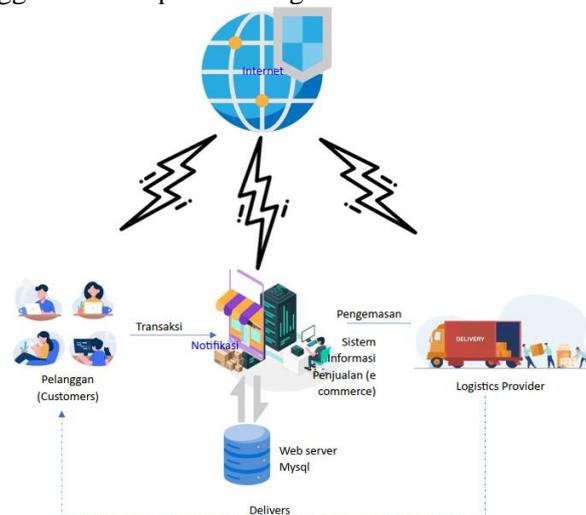
Pada tahap sosialisasi ini, terlihat bahwa UMKM Souvenir Murah Bojonegoro menyambut baik gagasan untuk beralih ke pemasaran digital dan penggunaan teknologi produksi yang lebih efisien. Namun, juga mengungkapkan kekhawatiran terkait keterbatasan pengetahuan teknis dalam mengoperasikan website dan alat produksi baru. Berdasarkan hasil diskusi dan feedback, tim pengabdian dari mahasiswa dan dosen UTM merencanakan pelatihan intensif sebagai langkah lanjut guna menjawab tantangan tersebut.



Gambar 2. Sosialiasi Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat

2. Pelatihan

Tahap kedua adalah pelatihan intensif yang bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM memiliki kemampuan yang memadai dalam menggunakan sistem pemasaran berbasis website dan alat sablon baru. Pelatihan ini berlangsung selama beberapa sesi dan mencakup materi yang komprehensif tentang penggunaan *website*, pengelolaan katalog produk, pembaruan stok secara real-time, hingga proses transaksi yang lebih aman dan efisien. Selain itu, para peserta juga diberikan praktik langsung dalam mengelola *website*, mulai dari cara mengunggah produk hingga interaksi dengan pelanggan melalui platform digital tersebut.



Gambar 3. Rancangan Arsitektur Sistem

Pelatihan alat sablon menjadi bagian penting lainnya dalam tahap ini. Pelaku UMKM diperkenalkan pada teknik sablon yang lebih cepat dan efektif menggunakan alat baru, yang diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi. Hasil dari pelatihan ini sangat positif; para peserta menunjukkan kemajuan signifikan dalam pemahaman terkait teknologi baru yang diterapkan. Namun, tetap memerlukan pendampingan dalam tahap awal penerapan teknologi untuk memastikan kelancaran proses produksi dan pemasaran.



Gambar 4. Penyerahan alat sablon Digital ke Mitra PkM

Penyerahan alat sablon digital kepada mitra Program Kemitraan Masyarakat (PkM) adalah bentuk nyata penting dalam rangka mendukung keberlanjutan program pengabdian.



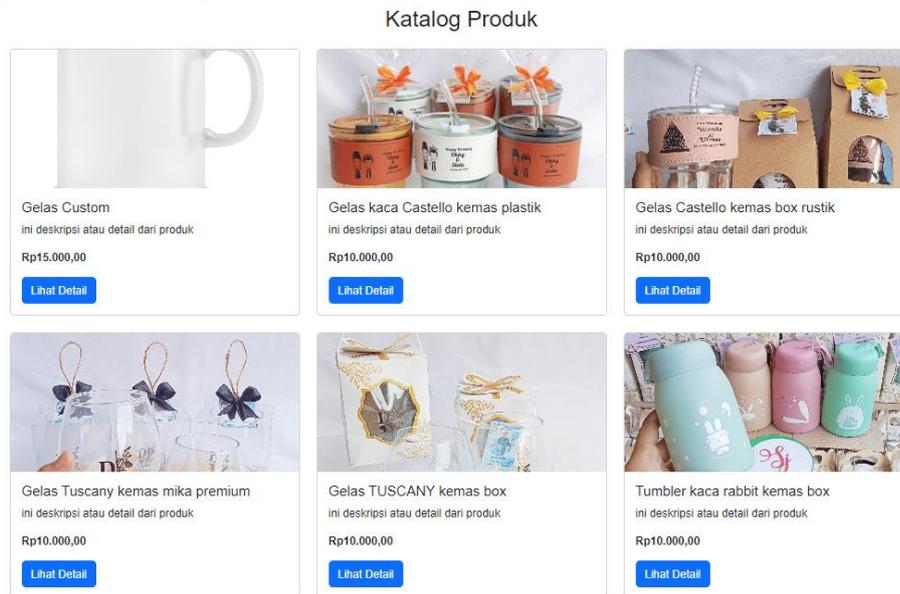
Gambar 5. Pelatihan Penggunaan Alat Sablon pada Pegawai Mitra PkM

Pelatihan penggunaan alat sablon pada pegawai mitra Program Kemitraan Masyarakat (PkM) bisa menjadi salah satu bentuk kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengembangan keterampilan.

3. Penerapan Teknologi

Setelah pelatihan, dilakukan penerapan teknologi digital dalam operasional UMKM. Website pemasaran resmi diluncurkan dan mulai diintegrasikan dengan sistem manajemen stok dan katalog produk yang telah ada, dimana sistem tersebut dapat diakses melalui laman <https://souvenirmurahbojonegoro.com/>. Selain itu, pelaku UMKM mulai mengunggah produk-produk ke website, yang secara langsung dapat diakses oleh pelanggan. Sistem ini memungkinkan pelaku usaha untuk lebih efisien dalam mengelola pesanan, memperbarui stok secara otomatis, dan memperluas jangkauan pemasaran hingga ke luar daerah. Hal ini sangat membantu dalam meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan bagi konsumen untuk memesan produk.

Di sisi produksi, alat sablon kaos dan tumbler mulai digunakan secara aktif. Penggunaan alat ini secara signifikan mempercepat proses produksi, sehingga pesanan yang masuk dari website dapat dipenuhi dengan lebih cepat dan efisien. Hasil dari penerapan teknologi ini menunjukkan adanya peningkatan jumlah pesanan online serta peningkatan produktivitas di sisi produksi. UMKM Souvenir Murah Bojonegoro kini dapat lebih kompetitif dalam menjawab permintaan pasar yang semakin meningkat.



Gambar 6. Tampilan Katalog Produk Sistem

Pada menu ini ditampilkan produk produk souvenir sesuai dengan jenis souvenir yang ada pada mitra pengabdian

Design Your Custom Mug



Detail Produk

- Material: Kayu Jati
- Ukuran: 10cm x 5cm x 2cm
- Berat: 200g
- Warna: Coklat

Gelas Custom

Kode Produk: snv01

Rp15.000,00

ini deskripsi atau detail dari produk

Stok Tersedia: 112

[Tambah ke Keranjang](#) [Beli Sekarang](#)

Gambar 7. Tampilan Menu Design Produk Costum

Pada menu ini konsumen dapat memasukkan pesannya sesuai dengan keinginannya, seperti bentuk desainnya, nama pemesannya hingga foto yang ingin dicetak pada souvenir yang akan di pesan. Pada menu ini konsumen dapat langsung menambahkan produk ke keranjang sesuai dengan

jumlah pesanan. Pada menu ini konsumen dapat melakukan pembelian secara langsung sesuai dengan jenis produk dan banyaknya produk yang ingin dibeli.

Checkout

Lengkapi informasi di bawah ini untuk menyelesaikan pembelian Anda.

Informasi Pengiriman

Nama Lengkap

Nomor Telepon

Provinsi

Kota

Kode Pos

Alamat

Kurir:

[Cek Ongkir](#)

Informasi Pembayaran

Jenis Pembayaran

Terintegrasi

Manual

Gambar 8. Menu Chekout

Pada menu ini adalah menu checkout dimana setelah konsumen ingin membeli maka akan di arahkan ke menu informasi pengiriman, jeni kurir, cek ongkir dan informasi pembayaran. Dimana informasi pembayaran dapat memilih jenis pembayaran terintegrasi dan manual.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Dalam tahap pendampingan, tim pengabdian dari mahasiswa dan dosen UTM terus memberikan bimbingan teknis kepada pelaku UMKM untuk memastikan bahwa mampu mengoperasikan website dan alat produksi dengan benar. Pendampingan ini dilakukan secara berkala melalui kunjungan langsung dan juga melalui media online, sehingga pelaku UMKM selalu mendapatkan dukungan saat menghadapi kendala teknis. Selain itu, tim juga memberikan saran terkait pengoptimalan fitur-fitur yang ada di dalam website untuk lebih menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan.



Gambar 9. Evaluasi bersama pelaku UMKM tentang penggunaan website

Evaluasi dilakukan dengan mengukur perubahan yang terjadi pada kapasitas produksi, jumlah penjualan, dan pengelolaan data stok serta laporan keuangan. Hasil evaluasi menunjukkan

peningkatan yang signifikan, di mana sistem manajemen berbasis website membantu pelaku UMKM dalam mengelola pesanan secara lebih terstruktur, sementara alat sablon baru meningkatkan efisiensi produksi. Dengan adanya pendampingan ini, pelaku UMKM Souvenir Murah Bojonegoro berhasil mengurangi ketergantungan pada metode manual, dan mulai beradaptasi dengan teknologi digital dalam seluruh operasional bisnis.



Gambar 10. Evaluasi bersama pelaku UMKM tentang penggunaan alat sablon

5. Keberlanjutan Program

Agar hasil program ini dapat terus berkelanjutan, tim pengabdian menyusun panduan tertulis dan video tutorial yang berisi langkah-langkah pengoperasian website dan alat sablon. Panduan ini sehingga dapat membantu pelaku UMKM dalam menjalankan bisnis secara mandiri setelah pendampingan berakhir. Selain itu, pelaku UMKM juga diajak untuk terus mengembangkan katalog produk dan memperluas pemasaran melalui platform e-commerce lainnya untuk mencapai jangkauan pasar yang lebih luas.

Dalam tahap ini, pelaku UMKM juga didorong untuk terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk dan memperbarui metode pemasaran agar sesuai dengan perkembangan teknologi dan tren pasar. Melalui program keberlanjutan ini, diharapkan UMKM Souvenir Murah Bojonegoro tidak hanya mampu mempertahankan eksistensi di pasar lokal, tetapi juga bersaing di pasar nasional dan internasional.



Gambar 11. Sharing dengan Mitra PkM terkait keberlanjutan Program

Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh, program pengabdian masyarakat yang melibatkan mahasiswa dan dosen Universitas Trunojoyo Madura (UTM) dalam mengoptimalkan UMKM Souvenir Murah Bojonegoro telah berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Penerapan sistem informasi pemasaran berbasis website dan pembaruan alat sablon untuk kaos dan tumbler terbukti mampu meningkatkan kapasitas produksi serta efektivitas manajemen bisnis. Program ini tidak hanya mempermudah pengelolaan data penjualan dan stok, tetapi juga memperluas jangkauan pemasaran secara digital. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM mampu mengadopsi teknologi baru dan strategi pemasaran modern, menjadikan usaha lebih kompetitif di tengah persaingan pasar. Keberlanjutan program juga menjadi bagian penting yang memastikan sistem dapat terus berkembang dan mendukung pertumbuhan UMKM di masa depan, untuk pengabdian kedepannya dapat dilakukan dengan fokus kepada penggunaan teknologi digital dimasa sekarang seperti penggunaan sablon Digital, Penambahan alat sablon digital, peningkatan SDM dan UMKM dengan Ekspansi Kemitraan dan Kolaborasi, Sustainability dan Pengembangan Produk, dan Penggunaan Platform E-Commerce dan Digitalisasi.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, c.q. Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (**DRTPM**) yang telah memberikan hibah Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat No. 083/UN46.4.1/PM.01.03/2024. Publikasi ini merupakan bagian dari luaran Program “Optimasi Pemanfaatan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website untuk Meningkatkan Produktivitas Penjualan dan Pemberdayaan UMKM Souvenir Murah Bojonegoro” yang mendapat dukungan pendanaan dari DRTPM Ditjen Diktiristek melalui Program Hibah Kompetitif Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat. Isi dari publikasi ilmiah ini menjadi tanggungjawab penulis, dan tidak mencerminkan pandangan atau sikap dari DRTPM, serta terima kasih kepada Universitas Trunojoyo Madura dalam hal ini adalah Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) serta mitra UMKM Souvenir Murah Bojonegoro.

Daftar Pustaka

- Ahmad Muzdaffar Fauzan. (2024). *Ekonomi: Kesiapan digital UMKM Indonesia berada di level pembelajar*. ANTARA. <https://www.antarane.ws.com/berita/3966273/ekonomi-kesiapan-digital-umkm-indonesia-berada-di-level-pembelajar>
- Chori, C., & Septanto, H. (2023). Pengembangan Sistem Informasi Penjualan Obat Berbasis Web Pada Klinik Indosehat 2003 Sebagai Implementasi Konsep Paperless. *INFORMATION SYSTEM FOR EDUCATORS AND PROFESSIONALS: Journal of Information System*, 8(1), 73. <https://doi.org/10.51211/isbi.v8i1.2454>
- Doni, A. F., Mufarroha, F. A., Negera, Y. D. P., & Sugiarti, E. (2021). Development of Web Based Information System for Branding Services. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1125(1), 012051. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1125/1/012051>
- Dwiwijaya, K. A., Abdullah, M. I., Muslimin, M., Kasim, M. Y., & Zahara, Z. (2024). Pemetaan dan Pelatihan Sistem Informasi Potensi Desa (SID) Watumaeta. *MAJU: Indonesian Journal of Community Empowerment*, 1(4), 148–159. <https://doi.org/10.62335/75mbqs72>
- Eka Amelia Puspita, & Dra Siti Ning Farida. (2023). Pelatihan Branding dan Pembukuan Digital Sebagai Pengabdian Masyarakat Terhadap Pengembangan UMKM Desa Tegalrejo. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 113–125. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i3.800>
- Farida, E., & Hidayat, T. (2024). Pendampingan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kue Kering di Gresik. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 8(1), 155. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v8i1.3566>
- Fatah, D. A., Yusron, R. M., & Febrianti, I. D. (2021). PENERAPAN METODE USER-CENTER DESIGN (UCD) UNTUK E-COMMERCE INDUSTRI KREATIF. *Jurnal Simantec*, 10(1), 31–

-
40. <https://doi.org/10.21107/simantec.v10i1.12700>
- Indonesia. (2020). Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. *Peraturan.Bpk.Go.Id*, 052692, 1–1187. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/149750/uu-no-11-tahun-2020>
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., Zahara, A. E., Ardyan, E., Nurchayati, N., Efdison, Z., & others. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN : Strategi dan Praktek yang efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=Lu_LEAAAQBAJ
- kumparan.com. (2018). *Tingkatkan daya saing UMKM melalui teknologi digital*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kabarbisnis/tingkatkan-daya-saing-umkm-melalui-teknologi-digital-1540336352944617747/full>
- Rismawati, R., Saputri, R. R., Amaliyah, N., Ramdani, F., & Frifantio, A. N. (2022). Kesiapan Digitalisasi Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pengolahan Kerupuk Sangrai Di Desa Sukaresik Kecamatan Sindangkasih Kabupaten Ciamis. *Prosiding Senimar Nasional Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Galuh*, 373.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>
- Village, R., Regency, L., Mufid, M. R., Nafis, Z., Basofi, A., Mawaddah, S., Fariza, A., Faradisa, R., Aditama, D., Sukaridhoto, S., Turmudzi, M., Wibowo, A., Eskaluspita, P., Lestari, P., & Mahardhika, Y. M. (2024). Strategi Pemasaran Ikan dengan Pembuatan Sistem Informasi Pemasaran Ikan Berbasis Web di Desa Rejosari Kabupaten Lamongan. *J-Dinamika.V9i2.5193*, 9(2), 373–381. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v9i2.5193>
- Zainudin, M., & Abdul Fatah, D. (2022). Supporting Strategies of the Recovery for Students' Literacy and Numeracy in Elementary School Environment. *JURNAL HURRIAH: Jurnal Evaluasi Pendidikan Dan Penelitian*, 3(3), 09–21. <https://doi.org/10.56806/jh.v3i3.97>
- Zainudin, M., & Abdul Fatah, D. (2023). Literacy and Numeracy Research Trends for Elementary School Student: a Systematic Literature Review. *Journal of Education, Teaching, and Learning*, 8(2), 164–171.