

Pendampingan Digitalisasi UMKM Kuliner Melalui Tiktok dan Implementasi Olsera POS di Condongcatur, Sleman

Sindi Aulia Nehe¹, Hasim As'ari^{*2}

^{1,2} Universitas Mercu Buana Yogyakarta, DIY, Indonesia

e-mail: sindiaulia3009@gmail.com¹; hasim@mercubunana-yogya.ac.id²

Received: 06-05-2026

Accepted: 14-05-2026

Published: 19-05-2026

Abstrak

Di era ekonomi digital saat ini, digitalisasi telah menjadi elemen krusial bagi UMKM kuliner guna memperkuat daya saing melalui pemanfaatan media sosial dan sistem pencatatan berbasis teknologi. Meskipun demikian, tantangan seperti rendahnya literasi digital dan kesulitan dalam mengelola transaksi masih menghambat kemajuan pelaku usaha tersebut. Kegiatan pengabdian ini secara khusus menargetkan peningkatan kapabilitas digital UMKM kuliner di Condongcatur, Sleman, dengan pendekatan optimalisasi TikTok untuk pemasaran dan penerapan Olsera POS untuk manajemen transaksi, yang dilaksanakan melalui tiga tahapan utama: survei identifikasi kebutuhan mitra, penyuluhan strategi digital, serta pendampingan implementasi langsung. Hasilnya, terlihat peningkatan nyata dalam pemahaman dan keterampilan mitra untuk menyusun konten promosi TikTok yang efektif serta mengoperasikan pencatatan keuangan dan inventori secara digital, di mana TikTok berhasil memperluas visibilitas dan jangkauan pasar produk, sementara Olsera POS mendukung efisiensi operasional, temuan ini tidak hanya memperkaya model pendampingan digital yang mengintegrasikan pemasaran dengan manajemen usaha, tetapi juga menjadi acuan berharga bagi inisiatif pengabdian masyarakat serupa dalam mendorong transformasi digital UMKM.

Kata Kunci: UMKM Kuliner; Digitalisasi; Promosi Digital; TikTok; Olsera POS

Corresponding Author: hasim@mercubunana-yogya.ac.id

Nehe, S. A., & As'ari, H. (2026). Pendampingan Digitalisasi UMKM Kuliner Melalui Tiktok dan Implementasi Olsera POS di Condongcatur, Sleman. *JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(3), 365-374. <https://doi.org/10.66031/jupamu.v1i3.298>

Copyright ©2026 to the Author. Published by CV. Ihsan Cahaya Pustaka
This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



PENDAHULUAN

Transformasi digital merupakan agenda strategis dalam pengembangan UMKM Indonesia, terutama di sektor kuliner yang berperan besar dalam perekonomian nasional, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM yang menyerap sekitar 97% tenaga kerja domestik, tetapi hanya sebagian kecil saja yang telah mengoptimalkan teknologi digital dalam operasionalnya, sehingga mencerminkan adanya disparitas antara potensi usaha dan penerapan inovasi digital. Solusi seperti digitalisasi melalui media sosial dan sistem pencatatan keuangan digital tampak sangat tepat untuk menguatkan daya saing

mereka, dengan demikian, intervensi pendampingan yang terstruktur serta berorientasi aplikasi menjadi kebutuhan mendesak guna menjembatani kesenjangan tersebut.

Kawasan Condongcatur di Sleman dikenal sebagai pusat aktivitas ekonomi yang ramai, didorong oleh kehadiran kampus-kampus dan pusat perdagangan, di mana mayoritas UMKM berfokus pada sektor kuliner dengan skala mikro hingga kecil dari sisi sosial-ekonomi, observasi pendahuluan mengindikasikan bahwa sekitar 70% pelaku usaha masih mengandalkan pencatatan manual dan belum memaksimalkan media sosial, yang mengakibatkan hambatan dalam manajemen keuangan serta jangkauan pemasaran yang terbatas, meskipun posisi strategis wilayah ini membuka peluang luas untuk kemajuan digitalisasi UMKM, sehingga menjadi landasan utama bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Masalah pokok yang dihadapi mitra dapat dirangkum secara spesifik pada ranah pemasaran dan pengelolaan usaha, mencakup rendahnya kemampuan literasi digital untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi, absennya sistem pencatatan transaksi yang terintegrasi dan efisien, minimnya pemahaman strategi konten digital yang menarik serta selaras dengan tren pasar, serta kurangnya bimbingan teknis dalam menerapkan teknologi digital, yang semuanya secara langsung menghambat kemajuan usaha dan posisi kompetitif UMKM.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini diformulasikan khusus untuk mengatasi permasalahan yang telah teridentifikasi sebelumnya, yaitu:

- (1) Meningkatkan literasi digital pelaku UMKM lewat penyuluhan pemasaran berbasis TikTok guna memperluas jangkauan pasar dan visibilitas produk secara daring
- (2) Mengoptimalkan penerapan aplikasi Olsera POS untuk pencatatan transaksi serta pengelolaan stok demi efisiensi dan ketepatan manajemen keuangan
- (3) Menyediakan pendampingan langsung agar mitra dapat mengadopsi teknologi secara mandiri, sehingga menjamin kelanjutan penggunaannya pasca-program
- (4) Mendorong transformasi digital yang berkelanjutan melalui penggabungan strategi pemasaran dan sistem informasi, yang pada akhirnya memperkuat daya saing usaha UMKM.

Kajian pustaka mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial, terutama TikTok, berperan besar dalam memajukan pemasaran UMKM misalnya, penelitian (Rahmawati et al., 2025) menemukan bahwa konten video pendek yang kreatif dapat meningkatkan tingkat engagement serta keputusan pembelian konsumen, sementara studi (Mulyani et al., 2026) menyoroiti potensi TikTok sebagai alat promosi yang mampu mendongkrak penjualan UMKM hingga 30%, sehingga menegaskan efektivitas strategi digital marketing berbasis platform sosial dalam meningkatkan kinerja usaha, yang membuat optimalisasi TikTok menjadi langkah tepat untuk kegiatan ini, apalagi mengingat pergeseran perilaku konsumen yang kian condong ke aktivitas daring.

Di samping pemasaran, digitalisasi pada ranah manajemen usaha pun mendapat sorotan krusial, di mana aplikasi kasir digital semacam Olsera POS telah terbukti mendongkrak efisiensi operasional UMKM. Penelitian (Mas'ud & Ramadana, 2025) mengindikasikan bahwa penerapan sistem POS meningkatkan ketepatan pencatatan keuangan serta meminimalkan kesalahan transaksi.

Program pengabdian terdahulu menggarisbawahi efektivitas pendekatan pendampingan langsung dalam mempercepat adopsi digital UMKM, sebagaimana ditunjukkan penelitian (Leu & As'ari, 2023) yang membuktikan implementasi digital marketing signifikan tingkatkan kehadiran online serta penjualan, ditambah kegiatan pendampingan digitalisasi seperti sistem transaksi teknologi yang efektif naikan literasi digital dan efisiensi operasional (Arsalna & As'ari, 2025). Temuan ini menegaskan keunggulan metode implementatif via penyuluhan plus bimbingan ketimbang pendekatan teoritis saja, sehingga kegiatan ini menerapkan model pendampingan langsung guna dorong transformasi digital UMKM kuliner yang lestari.

Program pengabdian terdahulu membuktikan superioritas pendampingan langsung dibanding pelatihan teoritis belaka dalam memacu adopsi teknologi UMKM, seperti ditunjukkan penelitian (Rahmawati et al., 2024) yang menemukan kombinasi penyuluhan, pembuatan akun, dan bimbingan TikTok efektif meningkatkan kemampuan pelaku usaha memanfaatkan media digital secara praktis. Hasilnya, mitra tak hanya paham konsep digital marketing tapi juga punya akun TikTok aktif untuk pemasaran produk hingga level nasional, temuan ini menggarisbawahi pentingnya metode implementatif dalam pengabdian Masyarakat khususnya digitalisasi UMKM sehingga dengan memadukan penyuluhan dan pendampingan tatap muka, kegiatan ini

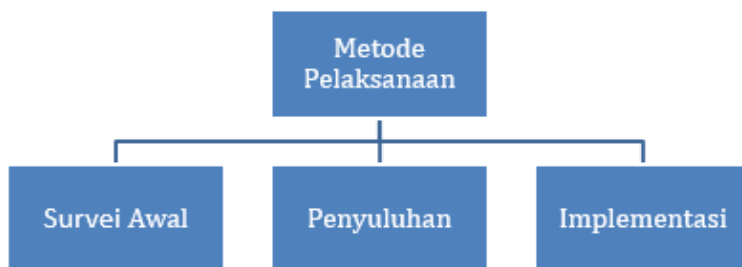
berpotensi ciptakan dampak riil bagi pelaku usaha sambil amankan transformasi digital jangka panjang.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menerapkan metode partisipatif melalui tiga tahap pokok, yakni survei pendahuluan, penyuluhan, serta implementasi. Survei awal difokuskan untuk memetakan kondisi aktual UMKM kuliner di Condongcatur, Sleman termasuk literasi digital, pola pemasaran, dan sistem pencatatan keuangan dengan mengandalkan observasi langsung, wawancara terstruktur, serta distribusi kuesioner kepada mitra UMKM, di mana hasilnya menjadi fondasi penyusunan materi penyuluhan dan strategi pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan riil, sehingga menjamin program berjalan secara kontekstual dan tepat guna.

Tahap penyuluhan sebagai langkah kedua difokuskan pada peningkatan pemahaman serta keterampilan mitra mengenai digitalisasi usaha, dengan materi yang meliputi strategi pemasaran digital via TikTok, teknik pembuatan konten kreatif, dan pengenalan Olsera POS untuk pencatatan digital. Penyampaianya menggabungkan ceramah interaktif, diskusi kelompok, serta demonstrasi langsung aplikasi, dilengkapi modul panduan untuk belajar mandiri, yang dirancang guna memperkaya dimensi kognitif dan afektif peserta terhadap urgensi transformasi digital, sehingga menjadi landasan solid menjelang tahap implementasi.

Tahap implementasi dilaksanakan via pendampingan langsung bagi mitra guna mewujudkan hasil penyuluhan, di mana pelaku UMKM dibimbing membuat akun bisnis TikTok, menyusun konten promosi, serta mengoperasikan Olsera POS untuk pencatatan transaksi dan pengelolaan stok, dengan intensitas dan kesinambungan yang tinggi agar mereka bisa mandiri dalam penerapannya disertai monitoring serta evaluasi rutin untuk memantau kemajuan adopsi teknologi, pendekatan praktis ini memastikan manfaat kegiatan terasa nyata, menjadikannya elemen penentu keberhasilan keseluruhan program.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur melalui pendekatan deskriptif-kualitatif yang menitikberatkan pada evaluasi hasil implementasi serta perubahan konkret di kalangan mitra, merujuk pada praktik standar evaluasi pengabdian UMKM yang mengutamakan observasi, wawancara, dan analisis kinerja usaha sebagai tolok ukur utama seperti yang dikemukakan (Saraswati et al., 2025), sukses program tercermin dari transformasi kinerja dan keberlanjutan usaha pasca-intervensi, sementara studi lain menegaskan bahwa evaluasi berbasis pendampingan serta monitoring lebih akurat menangkap dampak nyata ketimbang sekadar asesmen kognitif belaka.

Analisis tingkat keberhasilan kegiatan dilakukan melalui tiga dimensi utama, yakni perubahan sikap, sosial-budaya, dan ekonomi pada masyarakat sasaran. Perubahan sikap dinilai dari kesiapan serta kemandirian mitra dalam mengadopsi teknologi digital untuk operasional harian, pergeseran sosial-budaya tercermin dari transisi pola pemasaran konvensional ke digital beserta peningkatan interaksi konsumen via media sosial, sedangkan dampak ekonomi diukur lewat kenaikan pendapatan, lonjakan jumlah pelanggan, dan optimalisasi efisiensi usaha, yang selaras dengan temuan (Amrizal, 2024) bahwa sukses program terletak pada transformasi status ekonomi serta penguatan kapasitas usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM kuliner di Condongcatur, Sleman, menghasilkan transformasi signifikan baik secara jangka pendek maupun panjang. Tingkat awal, pelaku usaha menunjukkan kemajuan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran digital serta sistem pencatatan aplikasi, terlihat dari kemampuan mereka menyusun konten TikTok yang lebih menarik dan rutin, plus pengoperasian Olsera POS untuk manajemen transaksi serta stok yang lebih terstruktur, sementara secara jangka panjang, hal ini berpotensi memperkuat keberlanjutan usaha lewat efisiensi operasional dan ekspansi pasar, sebagaimana dikonfirmasi penelitian (Mulyani et al., 2026; Cindy et al., 2026) yang menyoroti kontribusi digitalisasi terhadap daya saing serta ketahanan UMKM yang berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan berjalan bertahap mengikuti rancangan metode, mulai dari survei yang mengungkap minimnya optimalisasi teknologi digital oleh mitra baik untuk pemasaran maupun pencatatan keuangan lanjut ke penyuluhan yang

menyampaikan dasar strategi pemasaran digital serta peran sistem informasi dalam manajemen usaha, hingga implementasi melalui pendampingan langsung yang memfasilitasi praktik nyata teknologi dalam rutinitas harian, proses ini terbukti ampuh sebab mitra tak sekadar paham konsep, melainkan juga bisa menerapkannya secara independen.

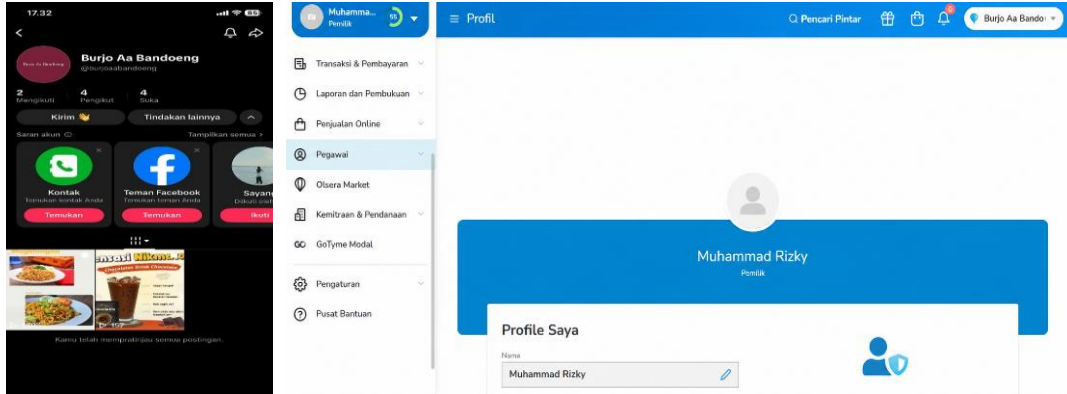


Gambar 2. Proses Penyuluhan & Implementasi Pembuatan Akun

Gambar 2 menunjukkan dokumentasi foto kegiatan pengabdian yang mengilustrasikan proses penyuluhan sekaligus pendampingan langsung antara mahasiswa sebagai tim pelaksana dan pemilik usaha burjo sebagai mitra, di mana mahasiswa menjelaskan urgensi digitalisasi usaha khususnya memanfaatkan TikTok sebagai alat promosi yang praktis dan efisien serta memandu praktik langsung seperti pembuatan akun bisnis, pengenalan fitur inti, dan unggah konten menarik yang sesuai target pasar. Pemilik burjo tampak antusias mengikuti setiap langkah dari registrasi hingga simulasi pemasaran produk, dengan interaksi dua arah yang memungkinkan diskusi kendala usaha, mencerminkan pendekatan partisipatif yang mengedepankan keterlibatan aktif mitra dalam pembelajaran dan penerapan teknologi digital, sehingga diharapkan mereka bisa mengelola akun secara mandiri untuk memperluas jangkauan pasar serta penjualan.

Hasil penyuluhan dan pendampingan mencatat kemajuan konkret pada pemasaran serta manajemen usaha mitra, di mana pemilik burjo kini bisa mandiri mengelola akun bisnis TikTok terlihat dari rutinitas unggah konten promosi dan lonjakan interaksi konsumen serta mengoperasikan Olsera POS untuk pencatatan transaksi dan stok yang lebih rapi serta efisien, membawa dampak berupa visibilitas produk yang lebih tinggi dan kemudahan monitoring usaha. Perubahan ini selaras dengan penelitian (Rahmawati et al., 2025; Modjo, 2026) yang menunjukkan

optimalisasi media sosial mendongkrak jangkauan pasar serta penjualan UMKM, dan temuan (Mas'ud & Ramadana, 2025) tentang peningkatan efisiensi serta akurasi keuangan via sistem POS, sehingga kegiatan ini jelas memberikan manfaat langsung bagi perkembangan usaha mitra.



Gambar 3. Akun TikTok & Olsera POS

Gambar ketiga menjadi bukti sukses tahap implementasi melalui pembuatan akun digital oleh mitra, yakni akun bisnis TikTok dan registrasi Olsera POS, di mana pemilik burjo terlihat telah tuntas menyelesaikan proses dari pengisian data usaha hingga aktivasi siap pakai. Akun TikTok dimanfaatkan untuk promosi via konten video guna ekspansi pasar, sementara Olsera POS mendukung pencatatan transaksi, manajemen stok, serta laporan keuangan yang lebih terstruktur, menegaskan bahwa kegiatan melampaui penyuluhan menuju praktik riil yang langsung berguna dalam operasional, sehingga gambar ini melambangkan pencapaian nyata pendampingan dalam memajukan digitalisasi UMKM secara aplikatif dan berkelanjutan.

Indikator pencapaian tujuan kegiatan terlihat jelas dari beberapa aspek deskriptif yang terukur, seperti peningkatan aktivitas pemasaran digital melalui unggahan konten rutin dan lonjakan interaksi konsumen di media sosial, transisi sistem pencatatan keuangan dari manual ke digital via Olsera POS, percepatan efisiensi operasional dalam transaksi serta pengelolaan stok, serta tambahan jumlah pelanggan dari platform digital, yang secara keseluruhan mengonfirmasi keberhasilan sasaran literasi dan implementasi digitalisasi UMKM, sejalan dengan temuan (Mas'ud & Ramadana, 2025) bahwa pemanfaatan media sosial serta sistem POS secara signifikan memajukan kinerja UMKM.

Tolok ukur sukses kegiatan pengabdian ditetapkan dari perubahan konkret pada dimensi sikap, sosial-budaya, dan ekonomi mitra. Pada sikap, mitra kian percaya diri serta siap mengadopsi teknologi digital, di ranah sosial-budaya terlihat transisi

pemasaran konvensional ke digital disertai interaksi online yang lebih intens dengan konsumen, sedangkan dampak ekonomi tercermin dari naiknya omzet dan optimalisasi pengelolaan usaha, evaluasi ini membuktikan bahwa program tak sekadar berdampak sementara melainkan berpotensi lestari, sehingga berhasil mewujudkan sasaran sekaligus berkontribusi riil bagi transformasi digital UMKM.

Kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM kuliner di Condongcatur, Sleman, menonjolkan keunggulan yang pas dengan realitas masyarakat lokal misalnya, penekanan pada TikTok sangat tepat sebab kebanyakan pelaku UMKM dan warga sudah akrab dengan smartphone, memudahkan adaptasi, sementara Olsera POS secara langsung mengatasi masalah pencatatan manual yang acap bikin operasional berantakan, ditambah pendekatan bimbingan tatap muka yang disesuaikan kebutuhan mitra sehingga menghasilkan aplikasi nyata. Meski begitu, ada kelemahan seperti variasi literasi digital antar mitra yang bikin proses penyesuaian tidak seragam, plus durasi pendampingan terbatas yang menyulitkan jaminan pemakaian teknologi jangka panjang. Secara keseluruhan, tingkat kesulitan pelaksanaan sedang, terutama karena butuh kesabaran ekstra membimbing mitra pemula dalam aplikasi dan konten kreatif, sedangkan peluang pengembangan ke depan luas mengikuti gelombang digitalisasi serta potensi pasar daring, dengan potensi perluasan melalui tambahan pelatihan branding, analisis data penjualan, dan kolaborasi e-commerce lain guna memperbesar skala serta daya saing UMKM secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan digitalisasi UMKM kuliner di Condongcatur, Sleman telah berhasil menjawab permasalahan utama terkait rendahnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dan pengelolaan usaha. Berdasarkan hasil dan pembahasan, kegiatan ini mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam menggunakan TikTok sebagai media promosi serta mengimplementasikan Olsera POS untuk pencatatan transaksi dan manajemen usaha secara lebih sistematis. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan langsung yang bersifat partisipatif efektif dalam mendorong adopsi teknologi pada UMKM, sekaligus memperkuat temuan teoritis bahwa integrasi pemasaran digital dan sistem informasi dapat meningkatkan kinerja usaha. Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan, terutama pada tingkat literasi digital mitra yang belum merata serta durasi pendampingan yang relatif singkat

sehingga berpotensi memengaruhi keberlanjutan implementasi. Oleh karena itu, pengembangan kegiatan ke depan perlu difokuskan pada pendampingan berkelanjutan, peningkatan kapasitas digital yang lebih mendalam, serta integrasi dengan strategi bisnis yang lebih luas seperti branding dan analisis data. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung transformasi digital UMKM serta memiliki potensi untuk direplikasi pada konteks wilayah dan sektor usaha lainnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Mercu Buana Yogyakarta atas dukungan akademik yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemilik usaha Burjo di Condongcatur, Sleman yang telah bersedia menjadi mitra serta berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan secara mandiri tanpa dukungan pendanaan khusus, namun tetap dapat berjalan dengan baik berkat kerja sama dan kontribusi dari berbagai pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrizal. (2024). Strategi BAZNAS dalam pemberdayaan zakat produktif bagi UKM di Kota Padang Panjang (studi perubahan mustahiq menjadi muzakki). *Community Development Journal*, 5(3), 4201–4208. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i3.28283>
- Arsalna, V. A., & As'ari, H. (2025). Pendampingan digitalisasi mitra UMKM dalam penerapan QRIS di Desa Dagen, Kabupaten Karanganyar. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 9(3), 626–633.
- Cindy, A. H., Pattipeilohy, P., Mirsa, N. R. P., Hakim, P. R., & Falenciah, A. N. (2026). Digitalisasi berbasis nilai: Pelatihan kreativitas dan etika digital bagi komunitas sekolah di era industri 5.0. *JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(2), 137–148. <https://doi.org/10.66031/jupamu.v1i2.54>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024). UMKM hebat, perekonomian nasional meningkat. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Leu, Y. D. S. B., & As'ari, H. (2023). Sosialisasi digital marketing terhadap UMKM Promo Fostle dan Barbershop Do'a Ibu di Kabupaten Sleman. *Jurnal Masyarakat Mengabdikan Nusantara*, 2(4), 15–22. <https://doi.org/10.58374/jmmn.v2i4.205>
- Mas'ud, S., & Ramadana, Y. (2025). Optimalisasi manajemen inventori melalui pelatihan dan peningkatan kemampuan memanfaatkan Olsera dalam pencatatan stok barang pada UMKM secara online. *Losari: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 94–101. <https://doi.org/10.53860/losari.v7i1.473>

- Modjo, A. S. (2026). Penguatan kapasitas aparatur dan pelaku usaha melalui pelatihan brainstorming dalam pengembangan ide usaha di Provinsi Sulawesi Tenggara. *JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(2), 255–262. <https://doi.org/10.66031/jupamu.v1i2.159>
- Mulyani, M., Sari, R. N., Selpiana, S., Oktavia, T., & Rahmawati, T. (2026). Peningkatan daya saing UMKM melalui digitalisasi pemasaran produk pada media sosial TikTok. *Community: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.51878/community.v6i1.8201>
- Rahmawati, D., Bustanul Anwar, R., Farida, N., Rahmawati, Y., Rizki, S., Putri, R. R., Wulandari, A., Nursela, N., Jannah, L. M., & Utari, S. (2024). Optimalisasi penggunaan TikTok sebagai digital marketing UMKM. *Ruang Pengabdian: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 9–15. <https://doi.org/10.23960/rp/v4i1.hal.9-15>
- Rahmawati, D., Rachmawati, F., Ahnaf, M., Setiyoso, B., & Veteran, U. (2025). Digitalisasi UMKM Kelurahan Menanggal melalui TikTok sebagai media promosi kreatif. *Abdi Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/10.33752/abidumasy.v6i2.9978>
- Saraswati, W., Hadiyatno, D., & Karlinda Sari, D. (2025). Peran pengabdian pada masyarakat dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekonomi (JAMIE)*, 7(2). <https://doi.org/10.36277/jamie.v7i2.557>