

## PENDAMPINGAN DIGITALISASI UMKM DESA SUNGGINGAN GUNUNG KIDUL

Evi Rosalina Widyayanti<sup>1</sup>  
Zulkifli<sup>2</sup>  
Rufaida Setyawati<sup>3</sup>  
Eka Nur Yulianti<sup>4</sup>  
Yuliani Nuril Khasanah<sup>5</sup>  
Dea Arun Naya<sup>6</sup>  
Rayhana Syauqi Putri<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received : 25 Mei 2025

Revised : 15 Juni 2025

Accepted : 20 Juni 2025

#### Key words:

Financial Technology, Marketing Online, MSMEs

DOI: 10.62335

### ABSTRACT

*This Community Service Program aims to increase the capacity and competitiveness of MSMEs in Sunggingan Village through assistance in utilizing digital technology. The problems faced by MSMEs in this village are, first, the lack of understanding of digital finance and minimal knowledge about transaction security in the digital era. Second, the less than optimal use of digital platforms to expand the reach of local product marketing. The implementation method is divided into three, namely socialization, counseling and practice for MSMEs with businesses such as culinary, services (laundry, sewing), agriculture, livestock, furniture, and grocery and basic necessities businesses that have broad market potential. This Community Service Program has met the target and achievement of service. It is hoped that the results obtained can continue to be developed for the success of future MSME actors to be better and able to manage finances more wisely using sophisticated digital technology.*

### ABSTRAK

Program Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Desa Sunggingan melalui pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital. Permasalahan yang dihadapi UMKM di desa ini, pertama, kurangnya pemahaman tentang keuangan digital dan minimnya pengetahuan mengenai keamanan bertransaksi di era digital. Kedua, belum optimalnya pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Metode pelaksanaan terbagi menjadi tiga yaitu sosialisasi, penyuluhan dan praktek terhadap UMKM dengan usaha seperti kuliner, jasa (laundry, jahit), pertanian, peternakan, mebel, dan usaha kelontong serta sembako yang memiliki potensi pasar yang luas. Program Pengabdian kepada masyarakat ini telah memenuhi target dan capaian pengabdian. Harapannya hasil yang diperoleh dapat terus di

<sup>1</sup> Corresponding author: [evi@stieww.ac.id](mailto:evi@stieww.ac.id)

kembangkan untuk kesuksesan pelaku UMKM mendatang menjadi lebih baik dan mampu mengelola keuangan lebih bijak menggunakan kecanggihan teknologi digital.

## **PENDAHULUAN**

Berdasarkan Undang-undang No 6 Tahun 2014 tentang Desa, pada pasal 1 ayat 1 disebutkan bahwa Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam system Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Selanjutnya pada pasal 1 ayat 8 dinyatakan bahwa Pembangunan Desa adalah upaya peningkatan kualitas hidup dan kehidupan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa. Sedangkan hak dan kewajiban desa dan masyarakat desa diatur pada bab VI pasal 67 dan 68. Pada pasal 67 ayat 1c disebutkan bahwa Desa berhak mendapatkan sumber pendapatan. Pasal 67 ayat 2b disebutkan bahwa Desa berkewajiban meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat Desa. Selanjutnya pada Bagian Ketiga tentang Sistem Informasi Pembangunan Desa dan Pembangunan Kawasan Pedesaan yaitu pasal 86 ayat 2 disebutkan bahwa Pemerintah dan pemerintah daerah wajib mengembangkan sistem informasi desa dan pembangunan Kawasan pedesaan. Ayat 3 disebutkan bahwa Sistem informasi Desa sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi fasilitas perangkat keras dan perangkat lunak, jaringan serta sumber Daya Manusia.

Sedangkan peraturan tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) diatur dalam UU Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 dimana pada Bab III bagian kedua tentang Tujuan Pemberdayaan UMKM pada pasal 5a adalah mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Pasal 5b adalah menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang Tangguh dan mandiri; dan pasal 5c adalah meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Sumber hukum diatas menguatkan tujuan pendampingan pada pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen (HMJM) STIE Widya Wiwaha kali ini yang mengangkat tema Pendampingan Digitalisasi UMKM dengan pelaksanaan di Desa Sunggingan, Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Mengingat UMKM memegang peranan penting sebagai sumber pendapatan dan lapangan pekerjaan di banyak negara berkembang (Berry dan Mazumdar (1991); Berry, Rodriguez, dan Sandee (2001); Korde Nayak (2017); Tambunan (2009); Banerjee & Duflo (2011) dalam (Falentina et al., 2021), menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) telah menciptakan sebagian besar lapangan kerja nonpertanian baru di India, dan Tiongkok. Perusahaan kecil juga memainkan peran dalam ekspor dan penyediaan produk dan layanan kepada perusahaan-perusahaan besar (Asia Development Bank 2015; Sato 2000) dalam (Falentina et al., 2021).

Saat ini terjadi peningkatan tren menuju ke arah digitalisasi (pemanfaatan teknologi digital), seperti pemanfaatan internet dan smartphone termasuk oleh UKM. Teknologi telah menjadi perkembangan dan penyebarannya sangat pesat. Secara global, 40% lebih dari masyarakat telah memiliki akses internet, dan terus meningkat (International Telecommunication Union 2020). Digitalisasi dianggap sebagai dasar revolusi industri keempat, di mana teknologi mengubah hampir setiap aspek kehidupan, termasuk cara berbisnis (Das et al., 2016; (Bartel et al., 2007). UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai

permasalahan, baik internal maupun eksternal, terkait dengan beberapa keterbatasan seperti sumber daya, pengetahuan, dan keahlian dalam pengelolaan usaha (Anatan & Nur, 2023). Penentu tradisional, seperti akses ke keuangan, kondisi pasar, dan kemampuan manajerial, telah dipelajari secara ekstensif. Namun, dalam lanskap bisnis yang berkembang pesat saat ini, yang dicirikan oleh digitalisasi dan kemajuan teknologi, faktor dan tantangan baru muncul (Eller et al., 2020), yang memerlukan perhatian khusus dan komprehensif terhadap kinerja UKM (Prihandono et. al., 2024).

Teknologi digital digunakan dalam pemasaran oleh perusahaan kecil dan menengah untuk membangun hubungan klien dan menghasilkan nilai bagi setiap perusahaan (Ziółkowska, 2021). Persaingan pasar memotivasi perusahaan kecil dan menengah untuk menerapkan teknologi digital baru, yang mengarah pada transformasi perusahaan, peningkatan daya saing dan reposisi produk (Silva et al., 2022). Namun demikian tingkat literasi digital UMKM di Indonesia masih cukup rendah dan 81% UMKM di Indonesia belum tersentuh digitalisasi (Natalie, 2021) dalam (Anatan & Nur, 2023). Selain itu perkembangan yang terjadi saat ini juga ditunjukkan oleh pertumbuhan FinTech membantu UKM dalam mengelola bisnis mereka secara efisien karena platform baru menawarkan berbagai layanan keuangan, termasuk layanan pembayaran, penjualan, dan pinjaman (Kurniasari & Lestari, 2024). Perkembangan Fintech didorong oleh berbagai keunggulan dibandingkan layanan keuangan konvensional, seperti proses real-time dengan layanan 24 jam dalam tujuh hari dengan biaya rendah, yang memiliki manfaat yang sangat baik bagi masyarakat, terutama masyarakat pedesaan yang tinggal jauh dari ekosistem bank (Moufakkir & Mohammed, 2019). Kenyamanan Fintech dan manfaat ekonominya mendorong orang untuk mengadopsi dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari meskipun mereka khawatir akan risiko keamanan yang melekat pada teknologi (Haqqi & Suzianti, 2020). Intervensi pemerintah mempercepat penetrasi layanan Fintech seperti pembayaran elektronik (Christian et al., 2020) dalam (Setiawan et al., 2021)

Berdasarkan pada latar belakang diatas penting kiranya pendampingan terhadap pemasaran digital dan keuangan digital agar pemahaman ini benar-benar dapat di serap oleh masyarakat warga desa Sunggingan Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul dalam Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dan dosen dari STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, dengan tujuan agar masyarakat teredukasi dengan benar dan memahami positif negatif, baik dan buruk penerapan digitalisasi pada usaha yang dijalankan sehingga dapat efektif dan efisien menghasilkan pendapatan yang maksimal.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **a. Metode**

Metode pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan dengan membagi dalam 3 pokok yaitu sosialisasi, penyuluhan dan praktek. Hal ini dilakukan agar masyarakat secara bertahap memahami konsep materi yang diberikan dan dapat menerima ilmu dengan tepat hingga mampu melakukan praktek di lapangan dalam penerapan usaha yang dijalankan. Peserta berasal dari 3 RT yang berpartisipasi yaitu RT 01, RT 03 dan RT 04, dimana ketiga RT ini yang memiliki warga yang menjalankan usaha dalam kesehariannya diantaranya adalah kuliner, jasa (laundry, jahit), pertanian, peternakan, mebel, dan usaha kelontong serta sembako.

Sosialisasi yang dilakukan terbagi menjadi dua kegiatan yaitu sosialisasi keuangan digital dan sosialisasi pemasaran online. Sosialisasi ini dilakukan pada tiap-tiap RT dimana pertemuan dilakukan antara mahasiswa STIE Widya Wiwaha dengan pejabat RT dan warga masing-masing RT. Sosialisasi ini lebih menekankan pada tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini dan materi-materi yang akan disampaikan selanjutnya adalah pendataan warga dan usaha yang dijalankan. Dalam sosialisasi ini warga diminta menyiapkan beberapa hal yang akan diperlukan dalam pelaksanaan penyuluhan dan praktek.

Selanjutnya penyuluhan dilakukan di balai desa Sunggingan dengan teknis pelaksanaan dilakukan secara bersama-sama dengan ke-3 RT dan perangkat desa terkait sebagai bagian dari para pemangku kepentingan serta mendatangkan narasumber dari akademisi STIE Widya Wiwaha dan perbankan dengan Kerjasama dengan BNI Yogyakarta. Dalam penyuluhan ini terbagi menjadi 2 tema yaitu tentang keuangan digital dan pemasaran online. Metode paparan dilakukan selama kurang lebih 1 jam setiap materi ditambahkan dengan waktu tanya jawab yang cukup seru dan menyenangkan hingga 1,5 jam sehingga total pelaksanaan penyuluhan adalah selama 3,5 jam dimulai pukul 08.30 sampai 12.00 WIB dan diakhiri dengan makan siang dan ramah tamah.

Metode praktek lapangan dilakukan oleh pelaku usaha di setiap RT yang didampingi oleh mahasiswa STIE Widya Wiwaha. Praktek juga dilakukan dalam 2 materi pokok yaitu keuangan digital dan pemasaran online. Warga pelaku usaha melakukan praktek dalam berjualan membuat iklan melalui *WhatsApp story* dan Instagram bagi yang memiliki akun Instagram, sebagian besar masih belum memiliki. Praktek dilakukan dengan mengunggah foto produk dan membuat *caption* yang tepat dan menarik pada foto. Meskipun dengan teknis yang masih sangat sederhana namun warga sebagai pemilik usaha sangat antusias dalam melakukannya. Selanjutnya adalah praktek pembayaran melalui digital baik itu menggunakan metode transfer maupun pembayaran digital menggunakan barcode yaitu QRIS, meskipun belum semua pelaku usaha memiliki rekening bank setidaknya mereka bisa memahami bagaimana teknis pelaksanaannya dan apa saja hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam akses keuangan digital.

Berikut adalah metode pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di desa Sunggingan Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul:

**Tabel 1.** Metode Pengabdian Kepada Masyarakat Desa Sunggingan Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul

No	Metode	Tempat	Pelaksana
1	Sosialisasi Keuangan Digital	RT masing-masing	Pejabat RT, Mahasiswa dan warga pelaku usaha
2	Sosialisasi Pemasaran Online	RT masing-masing	Pejabat RT, Mahasiswa dan warga pelaku usaha
3	Penyuluhan Keuangan Digital	Balai Desa Sunggingan	Perangkat desa, pemangku kepentingan, Pemateri dosen dan perbankan, serta Mahasiswa dan warga pelaku usaha
4	Penyuluhan Pemasaran Online	Balai Desa Sunggingan	Perangkat desa, pemangku kepentingan, Pemateri dosen dan perbankan, serta Mahasiswa dan warga pelaku usaha
5	Praktek Keuangan Digital	RT masing-masing	Pejabat RT, Mahasiswa dan warga pelaku usaha
6	Praktek Pemasaran Online	RT masing-masing	Pejabat RT, Mahasiswa dan warga pelaku usaha

#### b. Tahapan Pelaksanaan

Terlaksananya program pengabdian masyarakat dari STIE Widya Wiwaha dengan Desa Sunggingan Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul telah melalui tahapan-tahapan dalam pelaksanaannya antara lain:

1. Survey lokasi pertama, bertemu dengan ketua RT 04

2. Menentukan tema disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat desa Sunggingan
3. Pengajuan proposal ke kelurahan
4. Survey lokasi kedua, bertemu dengan ketua RT 01, ketua RT 03 dan ketua Rt 04
5. Kunjungan resmi ke desa Sunggingan bersama ketua HMJM STIE Widya Wiwaha
6. Penentuan tempat kegiatan berdasarkan pada tiga metode pelaksanaan
7. Persetujuan dan kesepakatan antara tim pengusul HMJM dibawah LP2M STIE Widya Wiwaha dan sasaran adalah warga pelaku usaha desa Sunggingan Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul
8. Pembagian tim kerja dari kedua belah pihak
9. Pengajuan Kerjasama dengan Bank BNI Yogyakarta
10. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dimulai

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat**

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di desa Sunggingan Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul ini dilakukan melalui 3 metode yaitu sosialisasi, penyuluhan dan praktek kepada warga pelaku usaha yang ada di RT 01, RT 03 dan RT 04. Ketiga metode pelaksanaan tersebut dilakukan melalui beberapa langkah-langkah yang sudah disepakati dan diatur sedemikian rupa sehingga diharapkan dapat berjalan lancar. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Metode sosialisasi dilakukan terlebih dahulu memberikan informasi kepada ketua RT masing-masing, kemudian ketua RT mengundang warga pelaku usaha di setiap RT. Setelah waktu dan tempat ditetapkan pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan terlebih dahulu mengisi presensi kehadiran, mendengarkan sambutan ketua RT dan ketua HMJM. Selanjutnya acara inti sosialisasi Keuangan Digital dan Pemasaran online. Kemudian dilanjutkan tanya jawab peserta dan diakhiri dengan penutup.
2. Metode Penyuluhan dilakukan di balai desa Sunggingan yang telah disiapkan untuk seluruh peserta dan pejabat ke-3 RT yang terlibat. Dalam acara ini dihadiri kepala desa, kepala dukuh dan ketua RT serta pejabat dan pemangku kepentingan lainnya. Acara dimulai dengan menyambut kedatangan warga yang terlebih dahulu mengisi daftar hadir, pembagian snack kemudian sambutan-sambutan dan acara inti yang diisi oleh pemateri dari dosen STIE Widya Wiwaha untuk materi pemasaran online dan dari BNI Yogyakarta untuk materi keuangan digital. Dilanjutkan dengan tanya jawab yang sangat menarik dan antusias dari para peserta kemudian diakhiri dengan penutup, foto bersama dan pembagian makan siang.
3. Metode terakhir adalah Metode praktek yang dilakukan di setiap RT setelah penyuluhan kepada warga pelaku usaha agar ilmu yang diterima dapat benar-benar dipraktikkan. Dalam praktek ini pelaku usaha yang sudah terbiasa membuat iklan melalui sosial media seperti WhatApps dan Instagram memberikan contoh kepada para pelaku usaha yang belum pernah sama sekali membuatnya. Beberapa pertanyaan para pelaku usaha terkait konten iklan dari sisi captions (copy writing), waktu upload konten, dan foto produk menjadi sangat menarik untuk didiskusikan sehingga dalam praktek para pelaku usaha di desa Sunggingan dapat memahami langkah demi langkah yang harus dilakukan dalam tahapan pembuatan konten media sosial. Demikian juga dalam mempelajari finansial teknologi melalui aplikasi keuangan digital seperti m-banking dan pembayaran digital melalui Qris.

Berikut beberapa gambar dokumentasi kegiatan pengabdian pada masyarakat di desa Sunggingan, Umbulrejo, Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta:



**Gambar 1.** Dokumentasi Kegiatan

**b. Pembahasan**

Tujuan utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Desa Sunggingan, Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul melalui pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital, melalui keuangan digital dan pemasaran online yang efektif dan juga mempererat tali silaturahmi antar sesama anggota HMJM (Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen) dengan masyarakat.

Hasil pengabdian kepada masyarakat ini sangat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dimana warga pelaku usaha merasa sangat terbantu dan terbuka wawasan yang luas terkait digitalisasi keuangan dan pemasaran online. Berikut target dan capaian pada pengabdian kepada masyarakat desa Sunggingan, Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul.

**Tabel 2.** Target dan Capaian PKM Desa Sunggingan

No	Metode	Target	Capaian
1	Sosialisasi Keuangan Digital	Peserta memahami pentingnya kuangan digital saat ini serta akibat yang ditimbulkan baik positif maupun negatif	Peserta sangat senang mendapatkan ilmu dan informasi terkait kuangan digital dan pemasaran online yang dapat diaplikasikan pada usaha mereka dimanapun mereka berada, namun tetap hati-hati dan waspada
2	Sosialisasi Pemasaran Online	Peserta memahami pentingnya pemasaran online bagi usaha yang dijalankan saat ini	Peserta mendengarkan dan menyimak materi yang diberikan dari praktisi
3	Penyuluhan Keuangan Digital	Peserta mendapatkan materi langsung dari pihak perbankan sehingga	

No	Metode	Target	Capaian
4	Penyuluhan Pemasaran Online	mereka dapat bertanya dan berkonsultasi secara langsung Peserta mendapatkan materi langsung dari pihak akademisi terkait pemasaran online dengan harapan bisa berbagi pengalaman tentang pemasaran mereka saat ini	perbankan terkait keuangan digital dan dari akademisi terkait pemasaran online hingga dapat melakukan tanya jawab dengan sangat antusias berkaitan dengan usaha yang mereka jalankan saat ini di desa Sunggingan, Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul
5	Praktek Keuangan Digital	Peserta dapat memahami Langkah-langkah dalam mengaktifkan aplikasi keuangan digital melalui <i>smartphone</i> .	Peserta secara aktif saling membantu dalam praktek keuangan digital seperti pembayaran melalui Qris dan transfer m-banking.
6	Praktek Pemasaran Online	Peserta dapat memahami Langkah-langkah dalam membuat iklan melalui sosial media dalam menjalankan pemasaran online.	Dan praktek pemasaran online melalui <i>smartphone</i> seperti membuat iklan dengan captions ( <i>copy writing</i> ), waktu upload, dan foto yang tepat.

## SIMPULAN

Desa Sunggingan, Umbulrejo, Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta merupakan desa yang memiliki penduduk dengan mayoritas mata pencaharian mereka di bidang pertanian. Karena secara geografis Gunung Kidul merupakan wilayah dengan stuktur tanah yang tandus maka warga masyarakatnya menambah penghasilan mereka melalui usaha yang termasuk dalam kategori UMKM seperti kuliner, jasa (laundry, jahit), pertanian, peternakan, mebel, dan usaha kelontong serta sembako yang memiliki potensi pasar yang luas. Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro dan kecil di desa ini. Pertama, kurangnya pemahaman mereka tentang keuangan digital dan minimnya pengetahuan mengenai keamanan bertransaksi di era digital yang rentan terhadap berbagai bentuk penipuan online. Kedua, belum optimalnya pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran produk lokal mereka.

Dalam pengabdian kepada masyarakat ini yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Desa Sunggingan, Umbulrejo, Ponjong, Gunung Kidul melalui pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital, melalui keuangan digital dan pemasaran online yang efektif, HMJM STIE Widya Wiwaha dapat berbaur dengan masyarakat secara baik sehingga target dan capaian pengabdian kepada masyarakat dapat tercapai. Meskipun ilmu yang diserap oleh masyarakat belum bisa dipraktikkan dengan maksimal namun, masyarakat desa Sunggingan telah ter-edukasi secara baik dalam hal digitalisasi keuangan dan pemasaran. Harapannya hasil dari pengabdian masyarakat ini dapat terus di kembangkan untuk kesuksesan pelaku UMKM ditahun-tahun mendatang hingga mereka mampu menambah penghasilan mereka menjadi lebih baik dan mengelola keuangan mereka secara lebih bijak menggunakan kecanggihan teknologi digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6). <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Bartel, A., Ichniowski, C., & Shaw, K. (2007). How does information technology affect productivity? Plant-level comparisons of product innovation, process improvement, and worker skills. *Quarterly Journal of Economics*, 122(4). <https://doi.org/10.1162/qjec.2007.122.4.1721>
- Christian, S., Wiradinata, T., Herdinata, C., & Setiobudi, A. (2020). *Environmental Factors Affecting the Acceleration of Financial Technology (Fintech) Adoption by SMEs in the East Java Region*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200626.065>
- Das, K., Gryseels, M., Sudhir, P., & Tan, K. T. (2016). Unlocking Indonesia's Digital Opportunity. In *McKinsey & Company* (Issue October).
- Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A., & Peters, M. (2020). Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization. *Journal of Business Research*, 112. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004>
- Falentina, A. T., Resosudarmo, B. P., Darmawan, D., & Sulistyanningrum, E. (2021). Digitalisation and the Performance of Micro and Small Enterprises in Yogyakarta, Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 57(3). <https://doi.org/10.1080/00074918.2020.1803210>
- Haqqi, F. R., & Suzianti, A. (2020). Exploring Risk and Benefit Factors Affecting User Adoption Intention of Fintech in Indonesia. *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3400934.3400939>
- Moufakkir, M., & Mohammed, Q. (2019). The nexus between fintech adoption and financial inclusion. In *Impact of Financial Technology (FinTech) on Islamic Finance and Financial Stability*. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-0039-2.ch010>
- Setiawan, B., Nugraha, D. P., Irawan, A., Nathan, R. J., & Zoltan, Z. (2021). User innovativeness and fintech adoption in indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc7030188>
- Silva, R. P., Mamede, H., & Santos, A. (2022). The Role of Digital Marketing in Increasing SMEs' Competitiveness. *ICSBT International Conference on Smart Business Technologies, 2022-July*. <https://doi.org/10.5220/0011118000003280>
- Ziółkowska, M. J. (2021). Digital transformation and marketing activities in small and medium-sized enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5). <https://doi.org/10.3390/su13052512>