



Pendampingan UMKM dalam Membangun Etika Kerja dan Pemanfaatan Teknologi Digital di Kota Singaraja

Ni Luh Sinta Yani^{1*}, Nurliana², Maghfirah Sari Azis³, Ahmad Fadhil Imran⁴, Puji Novita Sari⁵

¹Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Jalan AP. Pettarani, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia, 90222

*Penulis Korespondensi: niluhsintayani@unm.ac.id

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in strengthening local economic growth and improving community welfare. However, several MSMEs continue to encounter challenges related to the implementation of professional work ethics and the effective utilization of digital technology. These challenges include limited division of tasks, informal business management practices, low awareness of workplace discipline, and suboptimal use of social media as a marketing medium. This community service program aimed to provide education and mentoring on work ethics and digital technology utilization for five MSMEs located in the Singaraja area. The activity was conducted through counseling and direct assistance using a door-to-door approach. The implementation stages consisted of observation, needs analysis, socialization, mentoring, and monitoring and evaluation. The results indicated that the participating MSME owners showed positive responses and increased awareness of the importance of work ethics, effective communication, work discipline, and the use of digital platforms for business promotion. Furthermore, the mentoring process encouraged MSME actors to begin applying digital technology, particularly social media, to support marketing activities. This program is expected to contribute to improving service quality, expanding market reach, and strengthening the sustainability of MSMEs in the future.*

Keywords: *community service; digital technology; mentoring; MSMEs; work ethics*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, beberapa UMKM masih menghadapi tantangan dalam penerapan etika kerja yang profesional dan pemanfaatan teknologi digital secara efektif. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan pembagian tugas, praktik pengelolaan usaha yang masih informal, rendahnya kesadaran terhadap disiplin kerja, serta belum optimalnya penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan terkait etika kerja serta pemanfaatan teknologi digital kepada lima UMKM yang berada di wilayah Singaraja. Kegiatan ini dilaksanakan melalui penyuluhan dan pendampingan langsung dengan pendekatan door-to-door. Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi observasi, analisis kebutuhan, sosialisasi, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemilik UMKM peserta memberikan respons positif dan mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya etika kerja, komunikasi yang efektif, disiplin kerja, serta penggunaan platform digital sebagai media promosi usaha. Selain itu, proses pendampingan juga mendorong pelaku UMKM untuk mulai menerapkan teknologi digital, khususnya media sosial, dalam mendukung kegiatan pemasaran. Program ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan, perluasan jangkauan pasar, serta penguatan keberlanjutan UMKM pada masa mendatang.

Kata kunci: pengabdian kepada masyarakat; teknologi digital; pendampingan; UMKM; etika kerja

PENDAHULUAN

Sektor UMKM punya peran yang cukup signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja yang pada akhirnya juga berdampak pada kenaikan pendapatan keluarga (Ilhamsyah et al., 2025; Suci Ramadani et al., 2025; Suprianti et al., 2024). Dalam kegiatan pengabdian kali ini, kami selaku mahasiswa melakukan kunjungan ke lima pelaku usaha mikro yang tersebar di beberapa titik. Kelima usaha tersebut bergerak di bidang yang berbeda-beda, mulai dari bisnis makanan beku milik Ibu Enim yang menjual sambal dan bakso frozen, usaha kuliner rumahan Ibu Puja dengan produk keripik ayam betutu dan berbagai lauk, kemudian ada usaha salon, perbengkelan, serta usaha lulur tradisional. Perlu dicatat bahwa kelima usaha tersebut sudah berdiri selama kurang lebih empat hingga lima tahun, dengan sistem pengelolaan yang mayoritas bersifat mandiri atau berbasis keluarga.

Dari hasil observasi yang dilakukan di lapangan, bisa kita lihat bahwa kondisi sebagian besar pelaku usaha mitra masih relatif sederhana dalam hal pengelolaan usaha, baik dari operasional maupun pemanfaatan teknologi. Beberapa pelaku usaha memang sudah mulai menggunakan media sosial sebagai alat promosi, seperti yang dilakukan oleh Salon, Lulur, dan Paon Bu Enim yang telah punya akun di beberapa platform. Tapi pengelolanya belum maksimal dan profesional. Sementara itu, ada pula pelaku usaha seperti milik Ibu Puja dan bengkel yang belum memanfaatkan media sosial sama sekali buat pemasaran. Khususnya buat usaha Ibu Puja, pemasaran masih dilakukan secara manual dengan cara menghubungi pelanggan satu per satu, tanpa memanfaatkan Instagram, WhatsApp, Facebook, maupun TikTok. Alhasil, jangkauan pemasaran menjadi sangat terbatas dan kurang efektif dibandingin sama pemasaran digital.

Tidak hanya permasalahan teknologi yang ditemui. Ada pula beberapa isu penting yang berkaitan dengan etika sumber daya manusia dalam operasional usaha sehari-hari. Mengingat kebanyakan pelaku usaha ini menjalankan bisnis dalam lingkup keluarga atau skala kecil yang sederhana, pembagian tugas dan tanggung jawab kerja belum tersusun secara terstruktur. Komunikasi dalam lingkungan kerja cenderung informal tanpa ada pedoman etika yang jelas, meliputi kedisiplinan waktu kerja, rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan, serta sikap profesional dalam melayani pelanggan. Tidak hanya itu, pada pelaku usaha yang sudah menggunakan media sosial, etika dalam pemanfaatan

teknologi juga masih perlu diperbaiki, misalnya dalam hal penggunaan bahasa yang sopan dalam promosi dan menjaga konsistensi informasi yang disampaikan ke pelanggan.

Menerapkan etika bisnis yang baik itu punya peran vital dalam menjaga keberlanjutan UMKM. Etika kerja yang baik bisa menciptakan hubungan kerja yang harmonis dan meningkatkan tanggung jawab dalam mengelola usaha (Ilhamsyah et al., 2025; Mansur et al., 2025). Di samping itu, etika dalam penggunaan teknologi dan media sosial juga bisa membantu membangun kepercayaan pelanggan dan menjaga citra usaha. Dengan fondasi etika yang kuat, pelaku UMKM diharapkan bisa menjalankan aktivitas usaha secara lebih terarah dan punya peluang lebih besar untuk berkembang.

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan pengabdian ini punya beberapa tujuan utama yang ingin dicapai. Pertama, memberikan edukasi kepada pelaku usaha mitra tentang pentingnya etika sumber daya manusia dalam operasional usaha sehari-hari. Kedua, membekali pemahaman tentang etika dalam pemanfaatan teknologi dan media sosial secara bijak. Ketiga, membantu pelaku usaha memahami urgensi etika kerja dalam konteks usaha kecil atau keluarga. Keempat, menyediakan panduan praktis terkait penggunaan teknologi yang etis dalam kegiatan usaha. Harapannya, melalui pencapaian tujuan-tujuan ini, pelaku usaha mitra bisa meningkatkan pemahamannya tentang etika bisnis dan mampu mengaplikasikannya langsung dalam kegiatan usaha masing-masing.

KAJIAN TEORI

2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyedia barang dan jasa, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat perekonomian lokal (Hemawan et al., 2024; Indriani et al., 2019; Sholikin, 2024; Widyatmoko et al., 2022; Yanida et al., 2024). Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, UMKM menjadi salah satu pilar utama karena keberadaannya dekat dengan kebutuhan masyarakat dan mampu bergerak secara fleksibel sesuai kondisi pasar.

2.2 Etika Kerja

Etika kerja merupakan seperangkat nilai, sikap, dan perilaku yang menjadi pedoman seseorang dalam melaksanakan pekerjaan. Etika kerja berkaitan dengan tanggung jawab, kedisiplinan, kejujuran, kerja sama, komunikasi, serta komitmen terhadap kualitas pekerjaan (Grabowski et al., 2021; Zuniga et al., 2022). Dalam dunia usaha, etika kerja memiliki peranan penting karena mencerminkan profesionalisme pelaku usaha dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, mengelola pekerjaan, dan membangun hubungan kerja yang baik. Etika kerja dalam kegiatan pengabdian ini mencakup beberapa aspek, yaitu disiplin waktu, tanggung jawab dalam menjalankan tugas, komunikasi yang baik dengan pelanggan, kerja sama antaranggota usaha, serta komitmen terhadap peningkatan mutu produk dan layanan. Melalui edukasi etika kerja, pelaku UMKM diharapkan mampu memahami pentingnya perilaku profesional dalam menjalankan usaha sehari-hari.

2.3 Pemanfaatan Teknologi Digital

Teknologi digital merupakan sarana penting dalam mendukung perkembangan usaha pada era modern. Pemanfaatan teknologi digital dalam UMKM dapat dilakukan melalui penggunaan media sosial, marketplace, aplikasi pesan instan, sistem pembayaran digital, serta aplikasi pencatatan keuangan sederhana (Gao et al., 2023; Kahveci & Gurgur, 2025; Kilay et al., 2022; Lutfi et al., 2022). Teknologi digital memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran, mempercepat komunikasi dengan pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat identitas usaha.

2.4 Pendampingan UMKM

Pendampingan UMKM merupakan proses pemberian bantuan, arahan, edukasi, dan bimbingan kepada pelaku usaha agar mampu meningkatkan kapasitas dan kemandirian usahanya (Cronje et al., 2025; Najih & Fauzan, 2026). Pendampingan berbeda dengan penyuluhan biasa karena tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga melibatkan proses interaksi langsung, identifikasi masalah, pemberian solusi, praktik, serta evaluasi hasil kegiatan (Anatan & Nur, 2023; Mohamed et al., 2024; Molema et al., 2024). Pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi dalam mengembangkan usaha. Dengan adanya pendampingan, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan

baru, tetapi juga terdorong untuk menerapkan perubahan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif melalui pendampingan langsung secara door-to-door kepada lima UMKM mitra yang berada di wilayah Kota Singaraja, yaitu Paon Bu Enim, UMKM Bu Puja, UMKM Lulur Kunyit Bu Desy, Bengkel Alit Jaya Motor, dan Salon Indra. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 16 Februari 2026 di lokasi usaha masing-masing mitra sesuai dengan kesepakatan bersama. Tahapan kegiatan diawali dengan koordinasi dan perizinan kepada pemilik UMKM, kemudian dilanjutkan dengan analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi mitra, khususnya terkait penerapan etika kerja, komunikasi dengan pelanggan, serta pemanfaatan teknologi digital. Setelah itu, dilakukan sosialisasi dan edukasi mengenai etika kerja dalam usaha kecil, etika pelayanan konsumen, kerja sama tim, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi usaha. Tahap berikutnya adalah pendampingan implementasi, yaitu membantu mitra menerapkan materi yang telah diberikan, seperti menyusun panduan etika kerja sederhana, memperbaiki pola komunikasi dengan pelanggan, mengambil foto produk, membuat deskripsi produk, mengunggah konten promosi, dan membalas pesan pelanggan secara profesional. Selanjutnya, dilakukan monitoring dan evaluasi untuk mengetahui perkembangan, manfaat, serta kendala yang dialami oleh mitra setelah pendampingan. Tahap akhir kegiatan adalah penyusunan luaran berupa panduan etika kerja, dokumentasi kegiatan, laporan, dan artikel pengabdian.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada lima UMKM di Kota Singaraja yang bergerak pada bidang makanan, jasa kecantikan, dan jasa perbengkelan. UMKM yang menjadi mitra kegiatan meliputi Paon Bu Enim, usaha Bu Puja, usaha lular kunyit Bu Desy, Salon Indra, dan Bengkel Alit Jaya Motor. Kegiatan ini dilaksanakan melalui observasi langsung, diskusi dengan pemilik usaha, edukasi, dan pendampingan terkait etika kerja serta pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi nyata UMKM, khususnya dalam aspek pelayanan kepada pelanggan, pengelolaan tenaga kerja, komunikasi usaha, serta penggunaan teknologi digital sebagai media promosi dan komunikasi dengan konsumen.

Hasil observasi menunjukkan bahwa setiap UMKM memiliki karakteristik dan permasalahan yang berbeda. Paon Bu Enim dan usaha lular kunyit Bu Desy sudah mulai memanfaatkan berbagai media digital dalam kegiatan pemasaran, seperti media sosial dan platform penjualan daring. Namun, kedua UMKM tersebut masih memerlukan penguatan dalam pengelolaan konten promosi agar lebih menarik, tertata, dan mencerminkan identitas usaha secara profesional. Sementara itu, usaha Bu Puja dan Bengkel Alit Jaya Motor masih cenderung menggunakan pola pemasaran konvensional melalui komunikasi

langsung dan WhatsApp. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital pada sebagian UMKM masih belum optimal, sehingga diperlukan pendampingan agar pelaku usaha dapat mulai menggunakan media digital secara bertahap sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masing-masing.

Materi pengabdian yang diberikan berfokus pada dua aspek utama, yaitu etika sumber daya manusia dan etika penggunaan teknologi digital. Pada aspek etika kerja, pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya tanggung jawab, kedisiplinan, komunikasi yang baik, kerja sama, kejujuran, serta pelayanan yang ramah kepada pelanggan. Etika kerja menjadi hal penting dalam pengelolaan UMKM karena berkaitan langsung dengan kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, dan keberlanjutan usaha. Pada aspek pemanfaatan teknologi digital, pelaku UMKM diberikan edukasi mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, penyampaian informasi produk secara jujur dan jelas, pembuatan deskripsi produk, serta etika dalam berkomunikasi dengan pelanggan melalui media digital.

Respon pelaku UMKM terhadap kegiatan pengabdian menunjukkan hasil yang positif. Pemilik usaha menunjukkan ketertarikan terhadap materi yang diberikan, khususnya mengenai etika pelayanan dan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha. Paon Bu Enim dan usaha lulur kunyit Bu Desy menunjukkan antusiasme dalam meningkatkan kualitas pengelolaan media sosial agar lebih profesional. Usaha Bu Puja dan Bengkel Alit Jaya Motor menunjukkan ketertarikan untuk mulai memanfaatkan teknologi digital secara bertahap, terutama untuk memperluas jangkauan pemasaran dan mempermudah komunikasi dengan pelanggan. Sementara itu, Salon Indra memberikan respon positif terhadap materi etika pelayanan karena usaha jasa sangat bergantung pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan, terdapat peningkatan pemahaman pada pelaku UMKM mengenai pentingnya etika kerja dalam menjalankan usaha. Pelaku UMKM mulai memahami bahwa tanggung jawab, kedisiplinan, komunikasi yang baik, dan pelayanan yang ramah merupakan bagian penting dari etika bisnis. Pada Paon Bu Enim, pemilik usaha semakin menyadari pentingnya menjaga kualitas produk dan pelayanan sebagai bentuk tanggung jawab kepada pelanggan. Pada usaha Bu Puja, pemilik usaha mulai memahami pentingnya penggunaan teknologi digital untuk

memperluas jangkauan pemasaran. Bengkel Alit Jaya Motor juga mulai memahami bahwa teknologi dapat membantu memperlancar komunikasi dengan pelanggan. Sementara itu, pada usaha lulur kunyit Bu Desy dan Salon Indra, pemilik usaha semakin memahami pentingnya menjaga kualitas pelayanan, kebersihan, dan komunikasi yang baik sebagai bagian dari etika usaha jasa.

Berdasarkan perspektif etika bisnis, kegiatan usaha yang baik harus didasarkan pada nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, kedisiplinan, profesionalisme, dan kepedulian terhadap pelanggan (Bocean et al., 2022; Caldeira & Infante-Moro, 2025). Nilai-nilai tersebut tampak dalam praktik beberapa UMKM, seperti Paon Bu Enim yang berupaya menjaga kualitas produk dan memenuhi pesanan pelanggan secara tepat waktu. Hal ini menunjukkan adanya komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Pada usaha lulur kunyit Bu Desy dan Paon Bu Enim, etika kerja juga terlihat dalam pengelolaan karyawan melalui pembagian tugas, pengaturan jam kerja, dan komunikasi kerja yang baik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan etika kerja tidak hanya berdampak pada pelanggan, tetapi juga pada hubungan kerja internal di dalam usaha.

Pada usaha jasa, seperti Salon Indra dan Bengkel Alit Jaya Motor, etika bisnis tercermin melalui cara pemilik usaha memberikan pelayanan, membangun komunikasi, dan menjaga kepercayaan pelanggan. Usaha jasa sangat bergantung pada kualitas interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan, sehingga keramahan, kejujuran, ketepatan waktu, dan kemampuan menanggapi keluhan menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Sementara itu, pada usaha Bu Puja, etika pelayanan menjadi aspek penting dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan, terutama dalam menghadapi pesanan, permintaan khusus, maupun komplain.

Dari sisi pemanfaatan teknologi digital, hasil kegiatan menunjukkan bahwa media sosial dan aplikasi komunikasi memiliki potensi besar dalam mendukung pengembangan UMKM. Teknologi digital dapat digunakan untuk memperkenalkan produk, memperluas pasar, mempercepat komunikasi, serta meningkatkan citra usaha. Namun, pemanfaatan teknologi digital juga perlu disertai dengan etika penggunaan yang baik. Pelaku UMKM perlu menyampaikan informasi produk secara jujur, menggunakan bahasa yang sopan, merespons pelanggan secara profesional, serta menjaga kepercayaan konsumen dalam

setiap aktivitas promosi digital. Dengan demikian, teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai media untuk membangun reputasi usaha.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan wawasan pelaku UMKM mengenai pentingnya etika kerja dan pemanfaatan teknologi digital. Walaupun perubahan yang terjadi masih berada pada tahap awal, kegiatan ini mampu mendorong pelaku UMKM untuk lebih menyadari pentingnya profesionalisme dalam mengelola usaha. Pendampingan yang dilakukan secara langsung juga membantu pelaku UMKM memahami materi dengan lebih mudah karena disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing usaha. Oleh karena itu, pendampingan etika kerja dan teknologi digital perlu dilakukan secara berkelanjutan agar UMKM dapat meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan pemasaran, dan mendukung keberlanjutan usaha di masa depan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan UMKM dalam membangun etika kerja dan pemanfaatan teknologi digital di Kota Singaraja menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki kebutuhan yang beragam dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek kedisiplinan, tanggung jawab, komunikasi dengan pelanggan, pelayanan, serta penggunaan media digital sebagai sarana promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan secara langsung mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya etika kerja dalam menjaga kualitas layanan dan membangun kepercayaan pelanggan. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong pelaku UMKM untuk mulai memanfaatkan teknologi digital secara lebih terarah, terutama melalui penggunaan media sosial dan aplikasi komunikasi untuk mendukung pemasaran serta interaksi dengan pelanggan.

Secara umum, kegiatan ini memberikan manfaat awal bagi UMKM mitra dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya profesionalisme kerja dan adaptasi teknologi dalam pengembangan usaha. Namun, hasil yang diperoleh masih terbatas pada peningkatan pemahaman dan praktik awal, sehingga belum dapat digeneralisasikan secara luas pada seluruh UMKM di Kota Singaraja. Keterbatasan kegiatan ini terletak pada jumlah mitra yang relatif kecil, waktu pendampingan yang singkat, serta belum adanya pengukuran kuantitatif terhadap dampak kegiatan terhadap peningkatan penjualan

atau produktivitas usaha. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk dilakukan secara berkelanjutan dengan jumlah mitra yang lebih luas, disertai evaluasi yang lebih terukur terhadap perubahan perilaku kerja, kualitas pelayanan, efektivitas promosi digital, dan perkembangan usaha UMKM..

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Bocean, C. G., Nicolescu, M. M., Cazacu, M., & Dumitriu, S. (2022). The Role of Social Responsibility and Ethics in Employees' Wellbeing. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8838. <https://doi.org/10.3390/ijerph19148838>
- Caldeira, R., & Infante-Moro, A. (2025). The Importance of Ethics in Organisations, Their Leaders, and Sustainability. *Administrative Sciences*, 15(9), 372. <https://doi.org/10.3390/admsci15090372>
- Cronje, J. P., Terblanche, N., & Theron-Wepener, M. (2025). Coaching and mentoring to foster self-efficacy for early-stage survival-driven entrepreneurs. *South African Journal of Business Management*, 56(1). <https://doi.org/10.4102/sajbm.v56i1.4884>
- Gao, J., Siddik, A. B., Khawar Abbas, S., Hamayun, M., Masukujjaman, M., & Alam, S. S. (2023). Impact of E-Commerce and Digital Marketing Adoption on the Financial and Sustainability Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. *Sustainability*, 15(2), 1594. <https://doi.org/10.3390/su15021594>
- Grabowski, D., Chudzicka-Czupala, A., & Stapor, K. (2021). Relationships between work ethic and motivation to work from the point of view of the self-determination theory. *PLOS ONE*, 16(7), e0253145. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253145>
- Hemawan, M. R., Nurfitriya, M., & Rachmani, N. N. (2024). Analysis Of Marketing Innovation Using The Digital Marketing Canvas For UMKM Albaby Official. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 11279–11294. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11548>
- Ilhamsyah, M. Z., Firdaus, R., & Rasidi, Moh. (2025a). Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha: Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6493–6503. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1671>
- Ilhamsyah, M. Z., Firdaus, R., & Rasidi, Moh. (2025b). Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha: Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6493–6503. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1671>
- Indriani, E., Utomo, A., & Sari, C. T. (2019). PENGEMBANGAN STRATEGI CLUSTER DAN LITERASI DESAIN PACKAGING BAGI PELAKU UMKM DI

- KABUPATEN KARANGANYAR. *WASANA NYATA*, 3(1), 39–42. <https://doi.org/10.36587/wasananyata.v3i1.460>
- Kahveci, E., & Gurgur, T. (2025). Digital Payments and Sustainable Economic Growth: Transmission Mechanisms and Evidence from an Emerging Economy, Turkey. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(2), 142. <https://doi.org/10.3390/jtaer20020142>
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 119. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- Lutfi, A., Alkelani, S. N., Al-Khasawneh, M. A., Alshira'h, A. F., Alshirah, M. H., Almaiah, M. A., Alrawad, M., Alsyounf, A., Saad, M., & Ibrahim, N. (2022). Influence of Digital Accounting System Usage on SMEs Performance: The Moderating Effect of COVID-19. *Sustainability*, 14(22), 15048. <https://doi.org/10.3390/su142215048>
- Mansur, U., Azura, P. F., Lestari, A. P., Jelita, I., & Panggraina, G. (2025). Implementasi Etika Bisnis dalam Praktik Usaha Berkelanjutan pada UMKM Mie Jontor Akiw. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(4), 947–961. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i4.6710>
- Mohamed, F., Karoui Zouaoui, S., & Bel Haj Mohamed, A. (2024). The entrepreneurial support and the performance of new venture creation: the mediation effect of the acquisition of skills and the learning of novice entrepreneurs. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2330142>
- Molema, L., Hlatshwayo, E., & Ebewo, P. (2024). ENTREPRENEURIAL COACHING FOR THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY IN WOMEN ENTREPRENEURS. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 7(2), 238–245. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v7i2.2534>
- Najih, A. B., & Fauzan, F. (2026). The Role of Mentor Facilitators in MSME Capacity Development and Sustainability. *Research Horizon*, 6(1), 643–654. <https://doi.org/10.54518/rh.6.1.2026.978>
- Sholikin, A. (2024). Tantangan dan Peluang Pemberdayaan UMKM di Indonesia: Antara Regulasi, Akses Permodalan, dan Digitalisasi. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 16(03), 429–451. <https://doi.org/10.52166/madani.v16i03.9002>
- Suci Ramadani, Dilla Amelia Ramadhani, Muhammad Ikrom, & Lokot Muda Harahap. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>
- Suprianti, L., Puspitosari, H., & Perwitasari, R. (2024). PENINGKATAN PRODUKTIFITAS UMKM PO ARF DENGAN PENERAPAN TEKNOLOGI DAN MANAJEMEN PRODUKSI. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i5.26650>

- Widyatmoko, H., Sumarji, & Daroini, A. (2022). Pemberdayaan Sektor Riil & Umkm Model Klaster Komoditas Unggulan Daerah Di Kabupaten Nganjuk. *Magister Agribisnis*, 22(1).
- Yanida, M., Agustinawati, N. P., Widyatama, A., & Fitriasaki, P. (2024). Peningkatan Kinerja UMKM Saat Pandemi Covid-19 Melalui Kesiapan dan Inovasi Digital. *Edunomics Journal*, 5(1), 118–125. <http://diskopukm.kalteng.go.id/>
- Zuniga, C., Aguado, D., & Cabrera, P. (2022). EXAMINING WORK ETHIC ACROSS LATAM POPULATIONS: DIFFERENCES BETWEEN ECUADORIAN AND CHILEAN WORKERS. *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 16(3). <https://doi.org/10.3232/GCG.2022.V16.N3.02>