

## **Digitalisasi UMKM dalam Rangka Membangun Ekosistem Digital pada Masyarakat UMKM Sulawesi**

### ***UMKM Digitalization System in Developing Digital Ecosystem for Sulawesi UMKM Society***

<sup>1</sup>Hasnawiya Hasan, <sup>2</sup>Haliah, <sup>3</sup>Alief Fahdal

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Sistem Perkapalan, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin, Makassar

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin, Makassar

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin, Makassar

Korespondensi: H.Hasan, [hasnahasan@unhas.ac.id](mailto:hasnahasan@unhas.ac.id)

Naskah Diterima: 19 Oktober 2021. Disetujui: 23 April 2023. Disetujui Publikasi: 30 April 2023

**Abstract.** COVID-19 phenomena has effect on the collapse of majority Indonesia UMKM during pandemic. Large scale social restriction during the pandemic is the main reason of the collapse of majority UMKM in Indonesia. Therefore, a transformation from conventional marketing method to a digital marketing which is more efficient is necessary for these UMKM. However, the knowledge limitation of traditional UMKM society is real obstacle to change and grow for them. Beside COVID 19, new technology era also demands a development in UMKM society. The growth of local products which is the potential to be exported and the unique life style of Indonesian people who choose to shop via online during post pandemic has become motivation to adopt digital marketing technology. As strategy for development of internet technology, the aim of Hesamuddin University Community Service in this project is to convert conventional UMKM into digital UMKM in order to increase cost efficiency, improve product appealing, and increase prosperity of UMKM society. This UMKM digitalization website is chosen to be applied because website is popular among other technology. So that, UMKM owners is expected to expand the marketing range nationally and internationally. In this case, the community service team of Hesamuddin University design website using PHP, Java Script, CSS, or hand coding technic. Websites are designed using Visual Studio Codes software, testing and verification using XAMPP software, and uploading using hosting and domain from web hosting company in Indonesia. The programs in this community service project are designing business websites for the UMKM partners and organizing UMKM digitalization training for public and UMKM partners. In the future, this digitalization UMKM could be adopted by the majority UMKM in Indonesia so that could be more convenient in selling and marketing, cost efficiency, and improve products appeal.

**Keywords:** *UMKM, digitalization, website.*

**Abstrak.** Adanya COVID-19 membuat banyak pengusaha UMKM mengalami kebangkrutan. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah perubahan terhadap metode marketing konvensional menjadi metode digital marketing yang lebih efisien. Namun rendahnya wawasan dan pengetahuan masyarakat mengenai digital marketing menjadi hambatan bagi UMKM konvensional untuk berkembang. Semakin banyaknya produk lokal yang layak diekspor dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia pasca pandemi yang lebih menyukai berbelanja secara online menjadi motivasi tersendiri untuk menggunakan teknologi digital marketing. Menyiasati perkembangan teknologi ini, maka mengkonversi UMKM konvensional ke dalam bentuk UMKM digital. Tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Hasanuddin menggunakan website berbasis PHP, Java Script, CSS, atau menggunakan teknik *handcoding*, Desain websites dikerjakan dengan menggunakan *software Visual Studio Code*, diujicoba dengan *software XAMPP*, dan diupload pada

hosting dan domain yang dimiliki oleh perusahaan *web hosting* di Indonesia. Dalam program pengabdian ini, selain membuat website bisnis untuk mitra-mitra UMKM, juga dilakukan pelatihan digitalisasi UMKM untuk umum dan mitra. Hasil dari pengabdian ini adalah telah sukses menkonversi UMKM konvensional ke bentuk UMKM digital dalam format websites bisnis dan juga mengajak mitra memasarkan produk via internet. Dimasa depan, diharapkan program ini mampu diadopsi oleh mayoritas UMKM di Indonesia sehingga memudahkan dalam operasional penjualan dan pemasaran, mengurangi biaya dan meningkatkan daya tarik terhadap produk. Hasil kegiatan pengabdian telah berhasil melakukan transformasi kedalam bentuk digital UMKM diindikasikan dengan produk websites untuk mitra UMKM, yang dirancang dengan teknik handcoding menggunakan bahasa pemrograman PHP, CSS, dan Javascript. Websites telah diupload ke domain dan hosting milik salah satu perusahaan web hosting di Indonesia.

**Kata kunci:** *UMKM, digitalisasi, website.*

## Pendahuluan

Fenomena pandemi COVID-19 telah membuat banyak UMKM konvensional di Indonesia mengalami kebangkrutan utamanya pada saat diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar di kota-kota besar Indonesia. Keterbatasan wawasan para pengusaha kecil dan menengah mengenai *e-commerce* membuat mereka tidak mudah beradaptasi dengan perubahan yang diakibatkan oleh COVID-19 dan PSBB (pembatasan sosial berskala besar). Hal ini juga dialami oleh UMKM mitra semasa pandemi yang hampir saja tidak memiliki penghasilan. Selain daripada itu, banyaknya pekerja yang dirumahkan dan dipecat dari perusahaan ternyata juga beralih ke industri rumahan seperti UMKM ini, menyebabkan persaingan antara UMKM konvensional semakin pesat tanpa adanya transformasi teknologi yang nyata. Selain daripada itu, perubahan gaya hidup masyarakat pasca pandemi COVID-19 yang lebih memilih berbelanja secara online juga menyebabkan keturpurukan UMKM mitra dan juga mayoritas UMKM lainnya di Indonesia.

Mayoritas masyarakat Indonesia pada saat ini menekuni bidang usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) sebagai profesi utama mereka. Oleh karena itu, strategi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat demi menghindari krisis ekonomi adalah pengembangan sektor UMKM ini. Selain itu UMKM merupakan sektor usaha yang selalu stabil di Indonesia (Halim, 2020). Karakteristik UMKM yang berjuang sesuai dengan potensi dan karakter yang dimiliki mampu menjadi alat perjuangan nasional (Zaelani, 2019).

UMKM merupakan bidang usaha yang berkaitan dengan ciri khas dan pola hidup masyarakat Indonesia, yang mengutamakan bakat, kreatifitas, dan wawasan masyarakat UMKM (Mangeswuri dkk., 2018). UMKM juga menyerap tenaga kerja yang lebih besar daripada perusahaan besar (Bahri dkk., 2019). Selain daripada itu, pendirian UMKM cukup mudah, cukup atas inisiatif satu orang, modal yang tidak besar sehingga UMKM sangat berkontribusi dalam perekonomian negara (Wijoyo dkk., 2019). Melalui UMKM, produk daerah yang kreatif mudah dikenal selain membuka peluang bagi pengusaha kecil dan menengah dari daerah untuk berkembang (Tri & Darwanto, 2013).

Selama ini UMKM telah melaksanakan pemasaran produk melalui media sosial (whatsapp, Instagram, dan twitter) serta beberapa marketplace (Tokopedia, grab, shopee, gojek). Metode ini cukup memberikan hasil dan menjadi langkah awal bagi para pelaku usaha UMKM dalam berbisnis di internet (Dewi & Mahyuni, 2021). Namun perubahan ini belum memberikan hasil yang optimal disebabkan terbatasnya target konsumen yang dicapai hanya melingkupi lingkungan keluarga dan sahabat saja. Selain daripada itu, kurang menampilkan daya tarik produk mereka. Perubahan gaya hidup masyarakat konsumen Indonesia pasca pandemi yang terbiasa berada di dunia maya telah menjadi karakteristik konsumen Indonesia (Utari dkk., 2020). UMKM konvensional tentunya tidak mampu bersaing dengan metode pemasaran konvensional yang mereka miliki. Sehingga adanya perubahan

ke bentuk digitalisasi UMKM diharapkan mampu menjembatangi kesenjangan pada persaingan bisnis ini. Digitalisasi UMKM dalam bentuk websites lebih diunggulkan karena pada sebuah websites daya tarik dan keunggulan kualitas produk mereka dapat lebih terlihat, dan mampu menjangkau masyarakat konsumen secara global (Kaukab, 2021). Keuntungan yang diperoleh dari transformasi ke digital UMKM ini adalah pengembangan kemampuan kreativitas dan inovatif masyarakat, peningkatan pendapatan hingga 80%, serta kesempatan untuk memperkenalkan produk hingga ke mancanegara (Kustin, 2017).

Oleh karena itu, tim pengabdian Universitas Hasanuddin membuat program transformasi UMKM konvensional ke UMKM digital dengan menggunakan UMKM milik mitra. Adapun format digital yang digunakan adalah websites profesional yang dirancang menggunakan Bahasa pemrograman PHP, CSS, dan Javascripts. Website lebih dipilih karena lebih aman, murah, *userfriendly*, dan mudah diolah data datanya. Keunggulan dari teknologi websites ini adalah dari tipe websitesnya yang didesain secara manual atau *hand code*. Sehingga websites ini mampu bekerja dan dikembangkan dari sisi *front end* dan *back end* sekaligus. Selain daripada itu tipe websites ini mampu beradaptasi dengan baik dengan perubahan yang diharapkan dari pihak konsumen tanpa membutuhkan banyak sumber daya manusia. Dunia web development adalah dunia yang berkembang dengan pesat sehingga seringkali ada software dan aplikasi baru yang muncul, namun tipe website seperti ini lebih efisien dan mudah beradaptasi dengan teknologi baru tersebut karena menguasai dua sisi *front end* dan *back end application* secara manual.

Pengabdian ini bertujuan untuk mereview transformasi Usahan Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang konvensional ke dalam bentuk Digitalisasi UMKM dengan penggunaan website *handcoding*. Manfaat website ini yaitu globalisasi produk lokal, mengeliminasi biaya sewa, mempermudah akses jual beli dan menambah daya tarik produk (Wati dkk., 2020).

## Metode Pelaksanaan

**Tempat dan Waktu.** Tempat pelaksanaan kegiatan sosialisasi dilaksanakan di kota Makassar dan Gowa serta untuk pelaksanaan via daring dilaksanakan di daerah masing-masing. Waktu pelaksanaan dilaksanakan pada April sampai november 2021. Pada kegiatan ini, tim Pengabdian UNHAS menyediakan desain website untuk mitra kegiatan dan melaksanakan sosialisasi dan pelatihan mengenai pengenalan tentang apa itu digitalisasi serta bagaimana cara membuat UMKM Digital khusus untuk masyarakat umum.

**Khalayak Sasaran.** Khalayak sasaran atau mitra UMKM yang dipilih dalam kegiatan ini adalah UMKM di Sulawesi Selatan yang telah lama menjadi UMKM dengan tipe produk khas lokal daerah ini, namun belum memiliki platform digital marketing dalam bentuk websites. Contoh produk dari mitra kegiatan seperti ikan kaleng dan kopi Arabika. Nama mitra dalam kegiatan ini yaitu: (1) UMKM Bale PallumaraPenja produk ikan kaleng, (2) UMKM Bun Tal Kan Wa, produk kopi Arabika Enrekang.

**Metode Pengabdian.** Metode pengabdian yang dilaksanakan terbagi atas empat tahap, yakni pengambilan data, penyuluhan/pelatihan, design/perencanaan dan pengujian/verifikasi. Pada tahap pengambilan data, metode yang digunakan adalah mengumpulkan data dari mitra UMKM untuk mempelajari situasi dan kondisi dari mitra. Adapun fokus tujuan yang ingin dicapai, yaitu mengamati kendala-kendala mitra dalam mengembangkan usahanya. Tahapan selanjutnya adalah penyuluhan/pelatihan, pada tahap ini metode yang digunakan adalah melaksanakan sosialisasi mengenai pengenalan sistem digitalisasi UMKM. Tahapan ini bertujuan untuk mentransformasikan UMKM berbasis konvensional menjadi digital. Tahapan ketiga adalah desain dan perencanaan website bisnis, pada tahap ini metode yang

digunakan adalah mendesain website bisnis berbasis bahasa pemrograman websites php, css, dan javascript. Tahapan ini bertujuan untuk mendesain websites profesional yang mampu menghubungkan pemilik websites dengan para pelanggannya serta dapat dikelola dengan mudah dan efisien. Tahapan yang terakhir adalah testing dan verifikasi, metode yang dipergunakan adalah melakukan pemasaran via website dengan masa percobaan selama 6 bulan.

**Indikator Keberhasilan.** Beberapa indikator keberhasilan pada kegiatan pengabdian ini, yaitu :

- tahap pengumpulan data, indikator keberhasilan yang diharapkan adalah mendapatkan data dari UMKM mitra, mengenai kendala dalam menjalankan UMKM dengan teknik konvensional
- tahap pelatihan/sosialisasi, indikator keberhasilan adalah adaptasi mitra UMKM dengan format digital ini dan menjalankan sendiri teknologi yang ditawarkan sebagai pemakai teknologi websites ini.
- tahap desain/perancangan, indikator keberhasilan yang diharapkan adalah berhasil membuat websites secara *hand codes* dan upload websites bisnis yang didesain ke internet
- tahap demonstrasi, indikator keberhasilan yang diharapkan adalah produk mitra UMKM ini berhasil diperkenalkan secara nasional maupun internasional melalui internet/websites yang didesain.

**Metode Evaluasi.** Metode evaluasi yang digunakan dalam kegiatan ini terdiri atas beberapa metode: (1) evaluasi kesiapan mitra UMKM dalam menjalankan websites bisnis yang didesain tim pengabdian unhas melalui monitoring dan evaluasi operasional marketing dan penjualan melalui websites di lapangan, (2) evaluasi design websites yang dirancang oleh tim pengabdian agar sesuai dengan standar yang ada dan mampu mendukung operasional pemasaran dan penjualan produk UMKM mitra.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Melakukan Sosialisasi

Era globalisasi telah memberikan dampak luar biasa pada hampir semua sendi kehidupan, salah satunya di dunia pemasaran. Tidak hanya pasar tradisional, pasar ritel modern menjadi dampak dari era digital komunikasi. Pada perkembangan komunikasi digital, masyarakat modern baik perkotaan maupun pedesaan alih-alih memanfaatkan teknologi komunikasi dalam kegiatan belanja. Di era digital, orang cenderung menghabiskan aktivitas belanja online dari melakukan kegiatan belanja konvensional.

Pemberian pelatihan dan pengenalan mengenai website ini telah dilakukan dan mendapatkan ketertarikan dari beberapa mitra untuk menggunakannya dalam menjual produk lokalnya. Pelatihan ini dihadiri oleh mitra UMKM dan berlangsung selama satu hari. Mitra memahami pentingnya transformasi ke bentuk UMKM digital dalam era globalisasi ini demi meningkatkan UMKM mereka, dan mereka tidak kesulitan dalam menjalankan bisnis dengan model *e-commerce* ini. Oleh karena mereka telah memiliki literasi digital yang baik dan website yang akan dirancang bersifat *userfriendly*. Pelatihan ini memberikan respon yang positif dari mitra, salah satunya meminta tambahan pelatihan dalam membuat website yang sederhana tanpa membutuhkan keahlian membuat program/codes.

### B. Merancang website bisnis

Kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian universitas hasanuddin merancang dua buah website bisnis untuk mitra yang menggunakan metode *hand codes* atau manual. Adapun bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP, CSS, dan javascript.

- PHP (*Hypertext Preprocessor*) adalah bahasa pemrograman yang digunakan dalam membuat dan mengembangkan sebuah websites (Tanjia Chowdury, 2019).
- CSS adalah bahasa pemrograman yang digunakan dalam mendesain tampilan muka sebuah websites dan menata tampilan elemen yang tertulis pada HTML (Tanjia Chowdury, 2019)
- Javascript adalah bahasa pemrograman jenis interpreter yang tidak membutuhkan compiler dan juga merupakan *high level programming* yang digunakan dalam mendesain sebuah websites (Tanjia Chowdury, 2019).

Berikut beberapa gambar produk dari UMKM yang dibuat dalam bentuk website.



Gambar 1. Kopi Torabika



Gambar 2. a. Produk UMKM Bale Pallumara Penja



Gambar 2b. Produk UMKM Bale Pallumara Penja

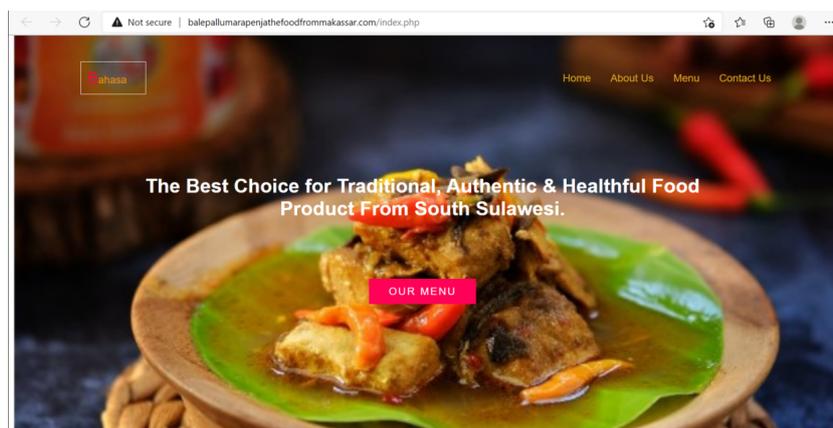
Pada aplikasi ini tim pengabdian bekerja pada area *front end* dan *back end* atau sebagai *full stack developer*, yaitu

- *Front end* adalah bagian dari websites yang terlihat pada browser, termasuk presentase dan user interfase seperti navigation bar. *Front end developer* menggunakan teknik HTML, CSS, dan javascripts dalam bekerja.
- *Back End* adalah bagian dibelakang layar websites dan merupakan inti dari aplikasi yang bekerja pada bagian server. Bagian ini mampu memanipulasi data untuk melayani bagian *front end*, dan seringkali menggunakan bahasa pemograman java, phyton, php dan ruby untyk mengelola data
- *Full Stack* adalah *developer* yang bekerja di kedua bagian yaitu *front end* dan *back end*

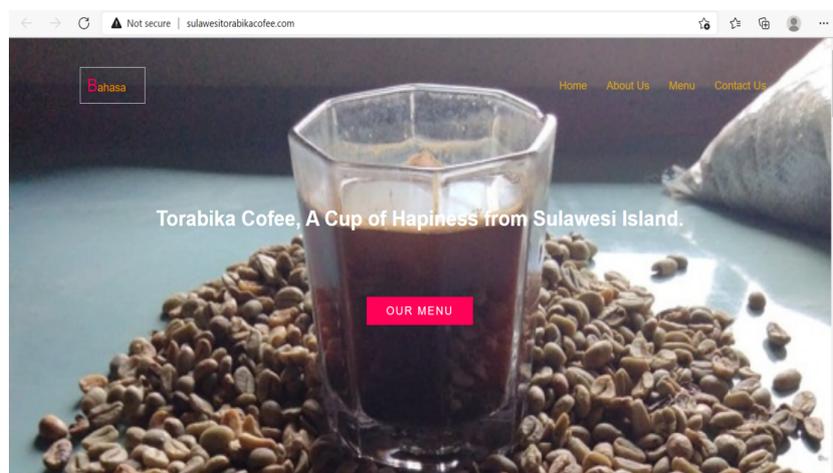
Software yang digunakan untuk mendesain websites adalah Visual studio codes.

### C. Demonstrasi UMKM Digital

Setelah merancang website berbasis bisnis, tim pengabdian Universitas Hasanuddin melakukan percobaan pemasaran melalui website tersebut. Sebagai tahap awal dilakukan percobaan *upload* semua *source code* website pada *local host* dengan menggunakan *software XAMP*, untuk memastikan bahwa sebuah komponen dan elemen pada website yang dirancang berfungsi dengan baik khususnya bagian pengiriman dan penerima email dan pesan. Beriku adalah gambar tampilan websites yang dirancang.



Gambar 3. Tampilan depan website balepallumarapenja



Gambar 4. Tampilan depan website kopi torabika

Selanjutnya membeli domain dan hosting sebagai rumah untuk website beroperasi selama berada di unia internet. Setelah memiliki domain dan hosting,

maka website dapat di-upload ke internet. Para pemilik usaha UMKM dan orang yang bekerja pada UMKM ini memiliki literasi digital yang cukup baik sehingga mampu menjalankan website ini selama 6 bulan sesuai dengan perjanjian dengan perusahaan web hosting.

#### **D. Keberhasilan Kegiatan**

Keberhasilan kegiatan program pengabdian ini berdasarkan indikator keberhasilan, adalah sebagai berikut :

- memperoleh data UMKM mitra berupa data proses pemasaran produk dari mitra, produk unggulan mitra, ciri khas dan karakteristik produk unggulan mitra, jangkauan pasar UMKM mitra sebelum digitalisasi, kendala UMKM mitra yaitu modal yang kurang dalam memasarkan dan adanya COVID 19.
- melaksanakan pelatihan/sosialisai, sehingga mitra cukup mengenal digitalisasi UMKM, dan tidak mengalami kesulitan dengan menggunakan aplikasi website yang didesain tim pengabdian unhas. Olehkarena website yang didesain cukup *user friendly* dan mitra memiliki literasi digital yang cukup baik.
- mendesain/perancangan aplikasi website untuk mitra, website telah didesain dengan metode *hand codes* oleh tim pengabdian unhas, *hand codes* digunakan agar websites lebih fleksibel dan mudah dimodifikasi. *Source codes* websites telah di upload di internet dan bisa digunakan selama 6 bulan, karena masa sewa *domain* dan *hosting* adalah 6 bulan.
- demonstrasi aplikasi, website yang didesain telah diimplementasikan di internet. Produk produk UMKM telah diperkenalkan secara global, dan memiliki respon dari masyarakat yang cukup baik.

Selama 6 bulan, UMKM mitra telah melakukan pemasaran dengan metode *e-commerce* dan memperoleh banyak pelanggan bahkan dari Inggris.

Alamat website:

<http://balepallumarapenjathefoodfrommakassar.com/>

<http://sulawesitorabikacoffee.com/>

Kehadiran website ini tergolong profesional, keamanan terjamin, menarik dan unik, dan bisa interaktif antara produsen dan konsumen.

#### **Kesimpulan**

Penurunan jumlah penghasilan pada UMKM terjadi karena banyak masyarakat yang takut terpapar dengan virus corona itu sendiri. Pandemi COVID-19 telah banyak merubah gaya hidup masyarakat apalagi setelah diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar. Pada masa pandemi 2019, banyak UMKM yang bangkrut karena tidak siap menghadapi perubahan yang begitu mendadak, dan perubahan karakteristik konsumen Indonesia yang menjadi konsumen online bahkan pada pasca pandemic covid-19. Hal ini membuat tim pengabdian Unhas melaksanakan program pengabdian yang bertujuan untuk mentransformasikan UMKM yang masih konvensional ke dalam bentuk UMKM digital dengan menggunakan UMKM mitra sebagai UMKM contoh. Tim pengabdian Universitas Hasanuddin memilih format website sebagai format digital marketing yang paling baik pada transformasi ke digital UMKM ini. Tim pengabdian Universitas Hasanuddin juga telah berhasil melakukan transformasi kedalam bentuk digital UMKM diindikasikan dengan produk websites untuk mitra UMKM, yang dirancang dengan teknik *handcoding* menggunakan bahasa pemrograman PHP, CSS, dan *Javascript*. Websites telah *diupload* ke *domain* dan *hosting* milik salah satu perusahaan web hosting di Indonesia. Mitra UMKM tidak kesulitan dalam menjalankannya karena websites bersifat *userfriendly*, dan telah memiliki pelanggan nasional dan internasional.

## Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Hasanuddin, yang telah memberikan dana untuk melaksanakan program pengabdian ini melalui Hibah Internal Unhas 2021. Penulis juga mengucapkan terimakasih pada Ibu Alm. Ariani dari mitra UMKM yang telah bersedia bekerjasama dengan tim ini selama pengabdian ini, serta mahasiswa Teknik Sistem Perkapalan Unhas yang telah membantu sosialisasi dan pelatihan digitalisasi UMKM.

## Referensi

- Bahri, A., Mulbar, U., dan Suliana, A. (2019). Peningkatan Kesejahteraan Pelaku Usaha. *Jurnal Inovasi Dan Pelayanan Publik Makassar*, 1(1), 37–53.
- Dewi, Ni Putu Ayu Wulan Purnama dan Mahyuni, Luh Putu (2021). Optimalisasi Internet Marketing Untuk Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Handicraft Di Desa Sebatu. *Jurnal Panrita Abdi*, 6(2), 324-334.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Kaukab, E. (2021). Pemasaran Produk Berbasis Teknologi Informasi Sederhana. April, 67.
- Kustin, A (2017). UMKM Go Online (pp. 1–3). Retrived from. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171115161037-78-255819/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online>
- Mangeswuri, D. R., Wuryandani, D., Purwanto, N. P., Hendra, S. P., Meilani, H., Sayekti, N. W., dan Rivani, E. (2018). Industri Kreatif, Fintech dan UMKM dalam Era Digital. In *Jurnal Teknologi Informasi*.
- Tanjia Chowdury. M. J. A. (2019). *An Easy Way of Learning : HTML,CSS,JS,PHP, and MySQL*. Lambert Academic.
- Tri, D. D., dan Darwanto. (2013). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang. *Ilmu Ekonomi*, 2, 1–40.
- Utari, P., Fitri, A., Setyanto, E., dan Henny, C. (2020). Belanja on-line mahasiswa di era pandemi covid-19: modifikasi perilaku konsumen. *Islamic Communication Journal*, 5(2), 143. <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.2.6450>
- Wati, A. P., Martha, J. A., dan Indrawati, A. (2020). Digital Marketing. In *EduLitera* (Vol. 59).
- Wijoyo, Hadion, Vensuri, Hamzah, Widianti, Musnaini, Sunarsi, Denok, Haudi, Prasada Dodi, Muhammad Luthfi, Asep, dan Rizka Akbar, I. (2019). Digitalisasi UMKM. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan Daya Saing Umkm Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan Iptek. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15. Retrived from <https://doi.org/ttp://dx.doi.org/10.23969/transborders.v3i1.1746>

Penulis:

**Hasnawiya Hasan**, Program Studi Teknik Sistem Perkapalan, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin, Makassar, email : [hasnahasan@unhas.ac.id](mailto:hasnahasan@unhas.ac.id)

**Haliah**, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin, Makassar, email : [haliah@fe.unhas.ac.id](mailto:haliah@fe.unhas.ac.id)

**Muhammad Alief Fahdal**, Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin, Makassar, email : [alieffahdal@unhas.ac.id](mailto:alieffahdal@unhas.ac.id)

Bagaimana men-sitasi artikel ini:

Hasan, H., Haliah, & Fahdal, M.A. (2023). Digitalisasi UMKM dalam Rangka Membangun Ekosistem Digital pada Masyarakat UMKM Sulawesi. *Jurnal Panrita Abdi*, 7(2), 442-449.