

Pemberdayaan UMKM Binaan IPEMI Kota Palangka Raya melalui Pemasaran Digital dan Implementasi Islamic Sociopreneurship

Empowering MSMEs Fostered by IPEMI in Palangka Raya City Through Digital Marketing and Implementation of Islamic Sociopreneurship

Achmad Zainul Rozikin ^{1*}

Nur Annisa ¹

Miftahurizqi ²

Bintang Aurellia Charita ¹

Nurul Hidayah ²

^{1*}Department of Economic Education, Muhammadiyah University of Palangka Raya, Palangka Raya City, Central Kalimantan, Indonesia

²Department of Information Systems, Muhammadiyah University of Palangka Raya, Palangka Raya City, Central Kalimantan, Indonesia

email:
achmadzainulrozikin@gmail.com

Kata Kunci

UMKM
pemasaran digital
islamic sociopreneurship
media sosial
pengelolaan keuangan

Keywords:

MSMEs
digital marketing
islamic sociopreneurship
social media
financial management

Received: November 2025

Accepted: November 2025

Published: December 2025

Abstrak

UMKM binaan IPEMI Kota Palangka Raya memiliki dua masalah utama, aspek pemasaran dan aspek manajemen. Pada aspek pemasaran dibuktikan dengan jangkauan pasar yang terbatas, ditandai dengan kurang memaksimalkan media sosial untuk promosi. Pada aspek manajemen, belum memaksimalkan teknologi dalam berwirausaha. Hal ini dapat menyebabkan pekerjaan kurang efisien. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi UMKM binaan IPEMI Kota Palangka Raya melalui pelatihan dan pendampingan dibidang pemasaran digital dan implementasi islamic sociopreneurship. Pada aspek pemasaran digital, tim PKM melatih dan membimbing pelaku UMKM untuk menggunakan beberapa aplikasi, seperti *Canva* dan *Capcut*. Selain itu, tim PKM juga menyarankan pelaku UMKM untuk memaksimalkan penggunaan media sosial (*WhatsApp*, *Instagram*, dan *Tiktok*) serta memanfaatkan toko *online* (*e-commerce*) seperti Tokopedia dan Shopee untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pada aspek manajemen, pelaku UMKM diberi pelatihan tentang penerapan model bisnis *islamic sociopreneurship* dan penggunaan aplikasi *Qasir* untuk mengelola keuangan. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan kompetensi pelaku UMKM tentang pemasaran visual dan konten kreatif, pemasaran melalui *e-commerce*, pengembangan model bisnis *islamic sociopreneurship*, dan manajemen keuangan dan operasional usaha. Kesimpulannya, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat mendorong pelaku UMKM untuk dapat bersaing di era globalisasi, serta memiliki usaha yang berkelanjutan.

Abstract

MSMEs fostered by IPEMI Palangka Raya City face two main challenges: marketing and management. Marketing is evidenced by limited market reach, characterized by a lack of social media promotion. Management is also affected by the lack of technology utilization in entrepreneurship. This can lead to inefficient work. This community service activity aims to improve the capacity and competence of MSMEs fostered by IPEMI Palangka Raya City through training and mentoring in digital marketing and the implementation of Islamic sociopreneurship. In digital marketing, the Community Service Program (PKM) team trained and guided MSMEs in the use of several applications, such as Canva and Capcut. Furthermore, the PKM team also advised MSMEs to maximize the use of social media (WhatsApp, Instagram, and TikTok) and utilize online stores (e-commerce) such as Tokopedia and Shopee to reach a wider market. In management, MSMEs received training on the application of the Islamic sociopreneurship business model and the use of the Qasir application for financial management. The results of this community service demonstrate an increase in the understanding and competency of MSMEs in visual marketing and creative content, e-commerce marketing, the development of Islamic socio-entrepreneurship business models, and financial and operational management. In conclusion, this community service activity can encourage MSMEs to compete in the era of globalization and maintain sustainable businesses.



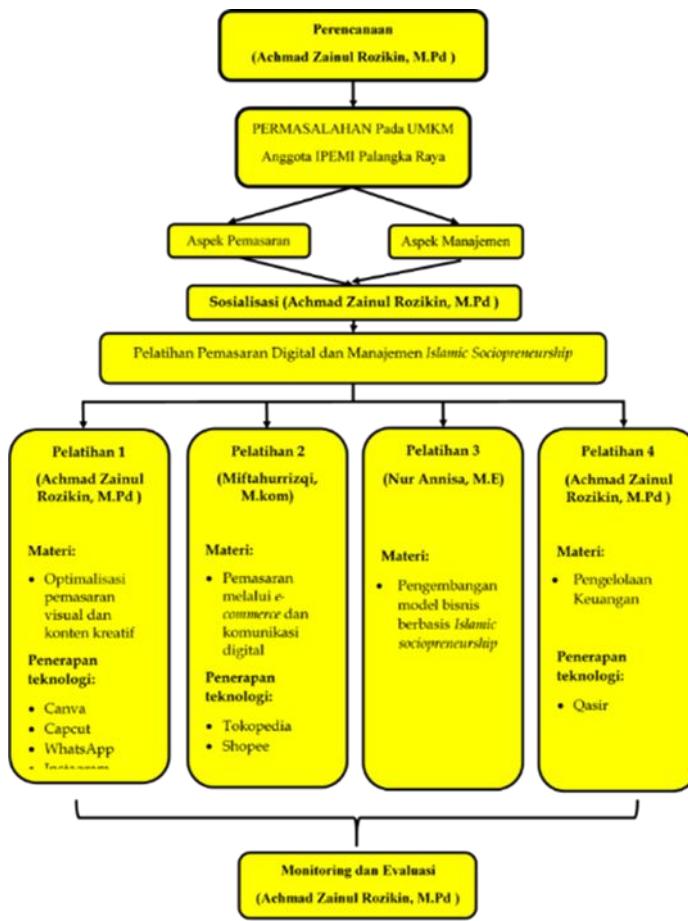
© 2025 Achmad Zainul Rozikin, Nur Annisa, Miftahurizqi, Bintang Aurellia Charita, Nurul Hidayah. Published by [Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya](#). This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i12.11437>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran dalam penyerapan tenaga kerja sehingga berkontribusi mengurangi angka pengangguran pada suatu negara (Rozikin *et al.*, 2019). Pada era modern ini, UMKM menghadapi tantangan dan peluang yang semakin kompleks. UMKM didorong untuk memanfaatkan teknologi paling mutakhir sebagai syarat untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat bersaing secara global (Sharabati *et al.*, 2024; Sudirjo *et al.*, 2024). Pemasaran digital, khususnya melalui media sosial, merupakan sumber daya strategis utama untuk menjangkau target pasar yang lebih luas (Rozikin, 2023; Junaedi *et al.*, 2024). Efektivitas promosi digital sangat bergantung pada kemampuan UMKM dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan (Adama *et al.*, 2024). Saat ini, diperkirakan sekitar 60% UMKM di Indonesia belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk promosi. IPEMI Palangka Raya, sebagai mitra potensial dalam pengabdian masyarakat ini, menunjukkan karakteristik yang sangat menjanjikan. Observasi awal menunjukkan bahwa anggota IPEMI memiliki tingkat kreativitas yang tinggi dalam pengembangan produk, disertai dengan motivasi kuat untuk memajukan usaha yang dijalani. IPEMI sendiri aktif dalam berbagai program yang mendukung pengembangan UMKM seperti pembinaan UMKM rumahan, pelatihan dan sosialisasi, koordinasi dengan pemerintah kota Palangka Raya, pembinaan ke Pimpinan Cabang IPEMI se-Kota Palangka Raya, serta kaji banding dan kaji tiru ke komunitas, pengusaha dan UMKM yang telah maju yang dapat dilihat pada gambar 2. Potensi ini, didukung oleh program-program yang telah berjalan, menjadikan IPEMI Palangka Raya sebagai mitra yang ideal untuk program pengabdian masyarakat yang bertujuan meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM lokal. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Ibu Sri Rimbawani, Sekretaris IPEMI Palangka Raya, menyoroti dua tantangan utama, yaitu pertama, jangkauan pasar yang terbatas, ditandai dengan penggunaan media sosial yang masih minim sehingga promosi kurang menarik dan kurang efektif, seperti sekadar mengunggah foto produk tanpa keterangan yang menarik. Kondisi ini mencerminkan kelemahan dalam aspek pemasaran, yang berpotensi menghambat daya saing dan pertumbuhan pendapatan UMKM. Kedua, optimalisasi sumber daya usaha yang belum maksimal, mengindikasikan adanya masalah dalam aspek manajemen, terutama terkait pemanfaatan teknologi. Jika kondisi ini dibiarkan, UMKM IPEMI Palangka Raya akan kesulitan meningkatkan daya saing produk, berpotensi mengalami stagnasi pendapatan, dan kehilangan peluang pertumbuhan pasar. Untuk mengatasi tantangan tersebut, kegiatan pengabdian ini menawarkan solusi melalui penguatan kewirausahaan melalui integrasi pemasaran digital dan *implementasi Islamic Sociopreneurship*. Pemasaran digital akan ditingkatkan melalui pelatihan optimalisasi pemasaran dan konten serta pelatihan tentang pemasaran melalui *e-commerce* dan komunikasi digital. Sementara itu, Islamic Sosicopreneurship akan diperkuat melalui pelatihan tentang pengembangan model bisnis berbasis *Islamic Sociopreneurship* dan pelatihan tentang manajemen keuangan dan operasional usaha. Solusi ini dipilih karena pemasaran digital memiliki potensi besar untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan pendapatan, sedangkan *Islamic Sociopreneurship* akan memperkuat landasan etika usaha dan tanggung jawab sosial, serta memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal dan pemberdayaan perempuan (Rozikin *et al.*, 2020; Annisa *et al.*, 2025; Annisa *et al.*, 2025).

METODE

Tahapan kegiatan dapat dilihat pada bagan berikut ini :



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pelatihan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dan berdasarkan solusi yang ditawarkan, maka secara terperinci metode yang akan diterapkan untuk menjalankan solusi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan

Pada tahap ini, merupakan kegiatan perencanaan mengenai langkah yang akan diterapkan kedepannya. Pertama, berkoordinasi dengan pihak mitra serta mencari kesepakatan mengenai jadwal pelaksanaan kegiatan. Rancangan kegiatan akan dilaksanakan selama 6 bulan, mulai dari awal hingga akhir di tahap pelaporan. Pelaksanaan kegiatan direncanakan akan berkunjung sebanyak empat kali kunjungan ke IPEMI Palangka Raya di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini akan terdiri dari tiga kegiatan utama yang diharapkan dapat berhasil mengatasi dua permasalahan utama pada UMKM anggota IPEMI Palangka Raya yakni permasalahan pada aspek pemasaran dan aspek manajemen. Kegiatan utama tersebut yaitu sosialisasi, pelatihan, dan penerapan teknologi.

a. Sosialisasi

Sosialisasi disini bertujuan untuk memperkenalkan program pengabdian kepada masyarakat kepada UMKM anggota IPEMI Palangka Raya, menjelaskan tujuan, manfaat, dan tahapan program. Metode yang digunakan untuk sosialisasi ini adalah penyelengaraan seminar atau lokakarya pengenalan program.

b. Pelatihan

Kegiatan pelatihan dibagi menjadi dua aspek. Pada aspek pemasaran berupaya untuk mengoptimalkan pemasaran visual dan konten kreatif melalui pelatihan desain grafis, *editing video*, dan pembuatan konten media sosial. Pada aspek pemasaran, kegiatan ini juga bertujuan untuk memperluas pasar UMKM dengan pemasaran melalui *e-commerce* dan komunikasi digital dengan mengadakan pelatihan tentang manajemen toko *online*, komunikasi dengan pelanggan, dan analisis pasar. Pada aspek manajemen berupaya untuk mengembangkan model bisnis berbasis *Islamic Sociopreneurship* dengan melakukan pelatihan tentang penanaman nilai sosial yang berdampak positif kepada masyarakat dan etika bisnis berbasis prinsip Syariah. Selain itu, aspek manajemen juga berupaya meningkatkan manajemen keuangan dan operasional usaha dengan mengadakan pelatihan tentang pencatatan keuangan yang sederhana dan pengelolaan stok secara efektif.

1) Pelatihan 1

Pada kegiatan pelatihan pertama yang dilaksanakan merupakan pelatihan optimalisasi pemasaran dan konten.

Pelatihan pertama ini terdapat tiga kegiatan yaitu :

- a) Pelatihan desain grafis dengan menggunakan aplikasi *Canva*;
- b) Pelatihan *editing video* dengan menggunakan aplikasi *Capcut*;
- c) Pelatihan berbagi (sharing) konten pada media sosial dengan menggunakan aplikasi *WhatsApp*, *Instagram*, dan *TikTok*.

2) Pelatihan ke 2

Pada kegiatan pelatihan kedua yang dilaksanakan merupakan pelatihan tentang pemasaran melalui *e-commerce* dan komunikasi digital. Pelatihan kedua ini terdapat tiga kegiatan yaitu :

- a) Pelatihan pengelolaan toko *online* dengan menggunakan aplikasi *Tokopedia* dan *Shopee*;
- b) Pelatihan tentang komunikasi kepada pelanggan melalui aplikasi *WhatsApp*.

3) Pelatihan ke 3

Pada kegiatan pelatihan ketiga yang dilaksanakan merupakan pelatihan tentang pengembangan model bisnis berbasis *Islamic sociopreneurship*. Pelatihan ketiga ini terdapat dua kegiatan, yaitu :

- a) Penanaman nilai sosial dalam berwirausaha yang berdampak kepada masyarakat;
- b) Pelatihan etika bisnis yang berbasis prinsip Syariah.

4) Pelatihan ke 4

Pada kegiatan pelatihan keempat yang dilaksanakan merupakan pelatihan tentang manajemen keuangan dan operasional usaha. Pelatihan keempat ini terdapat dua kegiatan, yaitu :

- a) Pelatihan pengelolaan keuangan dengan menggunakan *software QASIR*;
- b) Pelatihan pengelolaan stok yang efektif;

c. Penerapan Teknologi dan Inovasi

Pada kegiatan ini terdapat beberapa teknologi yang diterapkan, seperti :

- 1) Aplikasi *Canva* untuk desain grafis;
- 2) Aplikasi *Capcut* untuk mengedit video;
- 3) Aplikasi *WhatsApp*, *Instagram*, dan *TikTok* untuk berbagi (sharing) konten;
- 4) *Tokopedia* dan *Shopee* untuk perluasan pasar;
- 5) *Software QASIR* untuk pengelolaan keuangan.

3. Pendampingan dan Evaluasi

Pada tahap ini, tim PKM bertujuan memastikan UMKM anggota IPEMI Palangka Raya dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam pelatihan, serta mengevaluasi efektivitas program. Untuk pendampingan dan evaluasi, tim PKM mendampingi secara intensif dalam periode tertentu, memonitoring dan evaluasi berkala terhadap perkembangan usaha UMKM anggota IPEMI Palangka Raya. Selain itu, tim PKM juga mengadakan evaluasi program, seperti pengumpulan data dari peserta pelatihan, observasi langsung, dan wawancara.

Indikator keberhasilan program meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, peningkatan omzet usaha, dan peningkatan penggunaan teknologi digital.

4. Partisipasi Mitra

Dalam rangka mendukung kelancaran dan keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "Strategi Penguatan Kewirausahaan UMKM anggota IPEMI Palangka Raya Melalui Integrasi Pemasaran Digital dan *Implementasi Islamic Sociopreneurship*", IPEMI Palangka Raya menunjukkan komitmen yang kuat melalui partisipasi aktif dalam bentuk *in kind*. Partisipasi ini diwujudkan dengan menyediakan: gedung pertemuan, soundsystem dan kursi. Dukungan ini sangat berharga dalam menciptakan lingkungan belajar yang optimal dan memastikan keberhasilan program secara keseluruhan.

5. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program pelatihan ini ialah sebagai berikut :

a. Pendampingan berkelanjutan

Tim PKM akan mengadakan pendampingan secara rutin dan berkala untuk memantau perkembangan UMKM anggota IPEMI Palangka Raya. Tim PKM juga membuat grup diskusi secara *online* melalui aplikasi *WhatsApp*, sehingga memudahkan komunikasi dan diskusi antara tim PKM dengan UMKM anggota IPEMI Palangka Raya.

b. Kolaborasi dengan *Stakeholder*

Untuk meningkatkan perkembangan usaha UMKM anggota IPEMI Palangka Raya, tim PKM akan mengadakan pelatihan kolaborasi dengan stakeholder terkait, seperti Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Kalimantan Tengah, Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian, dan Statistik (DISKOMINFOSATIK) Kalimantan Tengah untuk pelatihan pemanfaatan teknologi digital.

c. Memberi Akses Langganan Aplikasi dan *Software* Aplikasi Berbayar

Tim PKM memberikan akses langganan aplikasi dan software pada saat pelatihan kepada UMKM anggota IPEMI Palangka Raya. Pemberian akses tersebut berfungsi untuk mengembangkan usaha dari UMKM anggota IPEMI Palangka Raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini diimplementasikan untuk memberdayakan 8 (delapan) pelaku UMKM binaan IPEMI kota Palangka Raya. Program ini mengatasi dua kendala utama yang dihadapi mitra, yaitu keterbatasan jangkauan pasar akibat belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dan rendahnya efisiensi manajemen operasional. Implementasi kegiatan terbagi menjadi 4 (empat) tahapan pelatihan utama yang diikuti dengan pendampingan intensif. Hasil akhir program menunjukkan bahwa seluruh indikator kinerja berhasil dicapai sesuai target yang telah ditetapkan, memvalidasi keberhasilan transfer ilmu dan adopsi teknologi oleh mitra. Ringkasan realisasi capaian akhir program diringkas pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel I. Realisasi Capaian Akhir Aspek Pemasaran Digital.

| No | Indikator Kinerja | Capaian | |
|----|--|--------------|----------------|
| | | Jumlah Mitra | Percentase (%) |
| 1 | Mampu membuat desain grafis produk menggunakan Canva | 6 | 87,5 |
| 2 | Mampu membuat video promosi singkat menggunakan Capcut | 6 | 75,0 |
| 3 | Aktif memposting konten promosi di WA, IG dan TikTok | 5 | 75,0 |
| 4 | Mampu mengelola toko <i>online</i> di Tokopedia dan Shopee | 6 | 75,0 |
| 5 | Mampu merespons pertanyaan pelanggan via WA dalam 1jam | 7 | 100,0 |

Tabel II. Realisasi Capaian Akhir Aspek Manajemen dan *Islamic Sociopreneurship*.

| No | Indikator Kinerja | Capaian | |
|----|--|--------------|----------------|
| | | Jumlah Mitra | Percentase (%) |
| 1 | Mampu mengidentifikasi potensi dampak sosial dari usahanya | 7 | 87,5 |
| 2 | Mampu menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah | 8 | 100 |
| 3 | Mampu membuat laporan keuangan sederhana | 7 | 87,5 |
| 4 | Mampu menerapkan sistem pengelolaan stok yang efektif | 6 | 75,0 |

Pemaparan materi optimalisasi pemasaran visual dan konten kreatif menjadi langkah awal dalam program, bertujuan membekali mitra dengan kemampuan produksi konten digital. Tim PKM memaparkan materi secara kolektif, mencakup urgensi konten visual, fitur-fitur teknis aplikasi *Canva* untuk desain grafis produk, dan tutorial mendalam tentang video editing menggunakan aplikasi *CapCut* untuk produksi konten promosi di media sosial.



Gambar 2. Kolase Pemaparan Materi oleh Tim PKM.

Keberhasilan transfer skill digital dijamin melalui sesi praktik langsung yang diawasi dan dibimbing secara personal oleh tim PKM, memastikan setiap mitra mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh secara mandiri. Hasil akhir menunjukkan capaian melampaui target pada indikator desain canva (87,5% atau 7 mitra) dan memenuhi target pada produksi video CapCut (75,0% atau 6 mitra). Keterampilan ini kemudian ditransformasikan menjadi disiplin operasional, ditandai dengan capaian final yang secara signifikan melampaui target 75,0% (6 mitra) rutin memposting konten di media sosial, menunjukkan keberhasilan pembentukan rutinitas digital marketing yang berkelanjutan dan terukur.



Gambar 3. Dosen, Mahasiswa dan Anggota IPEMI membimbing pelaku UMKM saat praktik.

Tahap berikutnya adalah pemaparan materi pemasaran melalui *e-commerce* dan komunikasi digital, difokuskan pada perluasan saluran penjualan dan peningkatan kualitas layanan pelanggan. Materi mencakup prosedur teknis mengelola toko *online* di Tokopedia dan Shopee, termasuk pengunggahan produk, pengaturan jasa pengiriman, hingga pemanfaatan

fitur promosi. Capaian aspek *e-commerce* ini berhasil memenuhi target 75,0% (6 mitra) yang kini mampu mengelola akun toko *online*, menandai keberhasilan transisi ke *platform* perdagangan digital. Di sisi layanan pelanggan, simulasi komunikasi digital menunjukkan capaian final sempurna, yaitu 100% (8 mitra) mampu merespons pesan pelanggan via *WhatsApp* dalam waktu kurang dari 1 jam. Capaian luar biasa ini didukung oleh pelatihan penggunaan fitur *WA Buiness*, penyusunan *quick replies*, dan penekanan pada penyampaian informasi yang jujur dan transparan kepada pelanggan. Pemaparan materi pengembangan model bisnis berbasis *Islamic Sociopreneurship* dan pengelolaan keuangan dan stok menjadi tahap krusial untuk penguatan fondasi etika dan akuntabilitas usaha. Materi *sociopreneurship* difokuskan pada penerapan sistem ekonomi syariah. Hasil evaluasi mencatat capaian final sempurna, yaitu 100% (8 mitra) yang kini secara konsisten mampu menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam operasional harian. Selain itu, 87,5% (7 mitra) mahir membuat laporan keuangan sederhana dan 75,0% (6 mitra) berhasil menerapkan sistem pengelolaan stok yang efektif. Ketercapaian di aspek manajemen ini menjamin bahwa peningkatan penjualan dapat dikelola secara efisien dan diterjemahkan menjadi keuntungan bersih. Keseluruhan transfer ipteks ini kemudian disahkan melalui serah terima teknologi (biaya berlangganan aplikasi *Canva*, *CapCut*, dan *Qasir*) kepada IPEMI Kota Palangka Raya sebagai penjamin keberlanjutan program.



Gambar 4. Serah Terima Teknologi dari Tim PKM kepada IPEMI Kota Palangka Raya.

Secara kolektif, program PKM ini telah berhasil mencapai seluruh target yang ditetapkan dan bahkan melampaui beberapa target utama, secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM lokal dengan fondasi bisnis yang modern, etis dan berkelanjutan. Keberhasilan ini tidak lepas dari partisipasi aktif 8 (delapan) mitra dan dukungan penuh dari IPEMI Kota Palangka Raya.



Gambar 5. Foto bersama antara dosen, mahasiswa, anggota IPEMI Kota Palangka Raya dan Pelaku UMKM.

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan kepada 8 pelaku UMKM binaan IPEMI Kota Palangka Raya telah berhasil mencapai dan melampaui seluruh target kinerja yang ditetapkan, ditandai dengan tercapainya capaian final di atas 75% pada hampir semua indikator. Keberhasilan ini didorong oleh transfer ilmu terintegrasi yang mencakup penguasaan teknologi pemasaran visual (*Canva* dan *CapCut*) dan strategi *e-commerce*, serta implementasi manajemen modern. Puncak keberhasilan program terverifikasi pada aspek pelayanan pelanggan, di mana 100% mitra kini mampu merespons pertanyaan via *WhatsApp* dalam waktu kurang dari satu jam, dan aspek etika bisnis, dengan 100% mitra konsisten menerapkan prinsip-prinsip bisnis syariah. Dengan tercapainya Capaian Final yang tinggi pada peningkatan *hard skill* (desain, keuangan) dan *soft skill* (etika, komunikasi), secara umum program ini berhasil mentransformasi mitra menjadi UMKM yang memiliki daya saing digital yang tinggi, efisien dalam manajemen, dan berlandaskan etika usaha yang kuat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Universitas Muhammadiyah Palangkaraya mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas pendanaan yang telah diberikan melalui program Pengabdian kepada Masyarakat skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat ruang lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun Anggaran 2025 untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi kemajuan UMKM binaan IPEMI Kota Palangka Raya, serta mendorong terciptanya dampak yang berkelanjutan dalam pengembangan ekonomi lokal.

REFERENSI

- Adama, H. E., Popoola, O. A., Okeke, C. D., & Akinoso, A. E. (2024). Economic theory and practical impacts of digital transformation in supply chain optimization. *International Journal of Advanced Economics*, **6**(4), 95–107. <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2024-3-08>
- Annisa, N., & Rozikin, A. Z. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, **10**(2), 158–163. <https://orcid.org/0000-0002-1738-7702>
- Annisa, N., Rozikin, A. Z., & Suniati, S. (2025). Edukasi Nilai-Nilai Ekonomi Syariah melalui Konten Digital bagi Anak-Anak: Education on Sharia Economic Values through Digital Content for Children. *Anterior Jurnal*, **24**(1), 124–129. <https://doi.org/10.33084/anterior.v24i1.8907>
- Junaedi, S. R. P., & Edmond, D. (2024). Successful digital marketing techniques for business development. *Startpreneur Business Digital (SABDA Journal)*, **3**(1), 19–25. <https://doi.org/10.33050/sabda.v3i1.429>
- Rozikin, A. Z. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Mie Soun Manjung, Klaten, Jawa tengah. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 1–7. <https://journal.umpr.ac.id/index.php/bitnet/article/download/10079/5564>
- Rozikin, A. Z., Indartono, S., & Sugiharsono, S. (2019). The Use Social Media and Employee Performance in MSMEs Development: Glass Noodle Home Industry Manjung Indonesia. *Jurnal Economia*, **15**(2), 221–231. <https://doi.org/10.21831/economia.v15i2.25756>
- Rozikin, A. Z., & Sholekhah, I. (2020). Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank. *IQTISHADIA*, **13**(1), 95–106. <http://dx.doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i1.6489>

Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, **16**(19), 8667. <https://doi.org/10.3390/su16198667>

Sudirjo, F., & Nugroho, I. A. (2024). Development of promotional criteria decision support system to increase sales of scarlett whitening products through digital marketing strategy. *West Science Information System and Technology*, **2**(1), 65-72. <https://doi.org/10.58812/wsist.v2i01.827>