

**PENGUATAN LITERASI DIGITAL: MENDORONG DIGITALISASI
UMKM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK
DAN JASA DI SITUBONDO**

***STRENGTHENING DIGITAL LITERACY: ENCOURAGING THE
DIGITALIZATION OF MSMEs TO INCREASE THE COMPETITIVENESS
OF PRODUCTS AND SERVICES IN SITUBONDO***

Ediyanto¹⁾, Novita Retnowati²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

¹Email: ediyanto@unars.ac.id

Received: December 30, 2025

Accepted: January 02, 2026

Published: January 13, 2026

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi yang pesat menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu beradaptasi guna mempertahankan keberlangsungan bisnis, namun seringkali menghadapi tantangan dalam hal daya saing, terutama di era digital, banyak pelaku usaha yang masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan operasional, keterbatasan akses terhadap informasi, keterampilan digital yang rendah. UMKM di Kabupaten Situbondo memiliki potensi besar melalui produk-produk unggulan, namun daya saingnya masih terhambat oleh pola pemasaran konvensional. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendorong digitalisasi UMKM di Kabupaten Situbondo dalam pemanfaatan teknologi digital. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, implementasi pemasaran digital, serta optimalisasi penggunaan *platform e-commerce*. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan pemahaman dan keterampilan digital pelaku UMKM Situbondo, perluasan jangkauan pasar, efisiensi operasional, memperkuat identitas merek lokal dan pada akhirnya peningkatan daya saing UMKM di tengah persaingan global.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Daya Saing, Pemasaran Digital, *E-Commerce*.

Abstract: The rapid development of information technology requires Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adapt in order to maintain business continuity, but often face challenges in terms of competitiveness, especially in the digital era, many business actors still face obstacles in utilizing digital technology for marketing and operations, limited access to information, low digital skills. MSMEs in Situbondo Regency have great potential through superior products, but their competitiveness is still hampered by conventional marketing patterns. This community service aims to encourage the digitalization of MSMEs in Situbondo Regency in utilizing digital technology. The implementation method includes socialization, implementation of digital marketing, and optimization of the use of *e-commerce platforms*. The expected results are an increase in understanding and digital skills of Situbondo MSMEs, expansion of market reach, operational efficiency, strengthening local brand identity and ultimately increasing the competitiveness of MSMEs in the midst of global competition.

Keywords: Digitalization, MSMEs, Competitiveness, Digital Marketing, *E-Commerce*.

PENDAHULUAN

Era disrupsi teknologi telah mengubah paradigma ekonomi global, di mana aktivitas pasar tidak lagi terbatas oleh sekat geografis. Digitalisasi kini bukan lagi sebuah pilihan, melainkan keharusan bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk tetap relevan. Sektor UMKM memegang peranan krusial dalam pertumbuhan ekonomi nasional, penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan pendapatan. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Namun, di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, banyak UMKM yang masih tertinggal dalam adopsi digital. Keterbatasan akses terhadap informasi, keterampilan digital yang rendah, serta modal menjadi kendala utama. Sebagai tulang punggung ekonomi lokal, UMKM di Kabupaten Situbondo memiliki potensi besar melalui produk-produk unggulan seperti olahan perikanan, olahan makanan, batik khas Situbondo, kerajinan tangan, hingga komoditas pertanian namun daya saingnya masih terhambat oleh pola pemasaran konvensional dan keterbatasan jangkauan informasi. Sehingga jangkauan pasarnya terbatas pada lingkup lokal. Minimnya pemahaman mengenai pemasaran digital (*digital marketing*), pemanfaatan *e-commerce*, hingga sistem pembayaran nontunai menjadi hambatan utama dalam meningkatkan skala usaha.

UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Hanim & Noorman, 2018). UMKM tidak hanya harus bangkit dengan semangat kebaruan dan inovasi, namun juga harus konsisten dalam menjaga pola pemasarannya serta diakselerasi dengan dukungan kolaborasi dan sinergi antar seluruh pemangku kepentingan guna mendorong peran UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Seiring dengan kebutuhan pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran yang lebih luas menuntut pemanfaatan sumber daya yang lebih tepat, maka teknologi digital menjadi salah satu alternatif yang harus dapat dimanfaatkan dengan optimal oleh pelaku UMKM.

Berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran dapat diatasi dengan menerapkan teknologi digital ini sehingga mampu meningkatkan kinerja pemasaran mereka (Dikdik & Fitriani, 2024).

Digitalisasi bukan lagi pilihan, melainkan keharusan bagi UMKM untuk dapat bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan digitalisasi, UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan berinovasi dalam produk dan layanan. Pengabdian ini hadir sebagai respons terhadap kebutuhan mendesak akan literasi dan implementasi digital di kalangan UMKM, khususnya di Situbondo. Diharapkan, inisiatif ini dapat menjadi katalis bagi UMKM untuk bertransformasi dan meningkatkan daya saing secara signifikan, sehingga mampu bersaing tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional dan global. Menurut Anisah, *et. al.*, (2024), digitalisasi telah terbukti memiliki dampak signifikan dalam memperluas akses pasar bagi UMKM, membantu menjangkau konsumen yang lebih luas.

Digitalisasi UMKM dipandang sebagai mesin utama peningkatan daya saing melalui efisiensi dan konektivitas. Berikut adalah beberapa teori ahli yang mendasari pentingnya dorongan digitalisasi tersebut, keunggulan kompetitif sebuah organisasi bergantung pada kepemilikan sumber daya yang berharga, langka, dan sulit ditiru. Dalam konteks ini, adopsi teknologi digital merupakan aset strategis yang memungkinkan UMKM Situbondo mengubah kapabilitas internal mereka menjadi daya saing global. Kotler dan Armstrong (2018) menekankan bahwa teknologi informasi memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan pelanggan yang lebih kuat dan menciptakan nilai dengan biaya yang lebih efisien. Digitalisasi memangkas rantai distribusi yang panjang, sehingga produk UMKM Situbondo dapat memiliki harga yang lebih kompetitif.

Digitalisasi di Situbondo memerlukan percepatan difusi inovasi agar pelaku usaha dapat beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang kini beralih ke ekosistem digital (*marketplace* dan media sosial). Menurut Westerman, *et. al.*, (2014), transformasi digital melibatkan penggunaan teknologi untuk secara radikal meningkatkan kinerja atau jangkauan perusahaan. Bagi UMKM, hal ini berarti

meningkatkan "*digital maturity*" untuk memenangkan persaingan di pasar yang semakin padat.

Memperhatikan kondisi masyarakat yang masih minim pengetahuan terhadap literasi digital yang sebenarnya bisa digunakan dalam pengembangan UMKM maka perlu dilakukan Sosialisasi “Penguatan Literasi Digital: Mendorong digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing produk dan jasa di Situbondo”. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan pendekatan ceramah, diskusi intraktif dan pemecahan kasus-kasus yang terjadi dan dialami oleh pelaku UMKM di Situbondo, serta memberikan solusi dan strategi yang benar dan tepat dalam menggunakan memperluas pemasaran melalui media sosial, penjualan di *platform*, memilih *market place*, dan konsep *e-commerce*. Kegiatan sosialisasi tersebut diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan kreatifitas pemasaran dan meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat melalui usaha UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan terstruktur untuk mencapai tujuan pengabdian kepada masyarakat (PkM) dan mendorong digitalisasi UMKM di Situbondo. Implementasi sosialisasi ini dirancang agar relevan dan berkelanjutan.

Observasi

Tujuannya adalah memetakan kondisi riil UMKM di Situbondo agar program tepat sasaran, dengan melakukan identifikasi masalah yaitu dengan melakukan wawancara untuk mengetahui hambatan digitalisasi, kemudian melakukan analisis kesiapan dengan mengukur tingkat penggunaan teknologi digital saat ini, seperti penggunaan dan pemanfaatan media sosial. Dari hasil observasi diketahui bahwa pemahaman pelaku UMKM belum optimal dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital yang bisa digunakan untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk hasil UMKM.

Pelaksanaan Sosialisasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Penguatan Literasi Digital: Mendorong digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing produk

dan jasa di Situbondo” dilaksanakan pada tanggal 14 November 2025, jam 09.00-selesai dan bertempat di Aula Pegadaian Panarukan Situbondo. Peserta pada kegiatan sosialisasi adalah pelaku usaha di Situbondo. Sosialisasi (*Mindset Shifting*) ini merupakan fase penerapan konsep dengan pendekatan penyampaian materi secara langsung kepada pelaku usaha UMKM di Situbondo. Sosialisasi dilakukan dengan dua sesi materi, pemateri pertama oleh Ediyanto S.E., M.M dan pemateri kedua oleh Novita Retnowati, M.Kom penyampaian sosialisasi ini dirancang sesuai kebutuhan pelaku UMKM dengan alokasi waktu dan sumber daya yang memadai sehingga menjadikan implementasi sosialisasi tepat sasaran sesuai target yaitu meningkatkan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital untuk memasarkan produk-produk hasil usaha. Memberikan pemahaman tentang pentingnya *branding* digital dan potensi pasar di luar Situbondo melalui *e-commerce*, serta intraksi tanya jawab terkait pengalaman, pemahaman serta penyelesaian strategis kasus-kasus yang solutif penggunaan teknologi digital dalam implementasi pemasaran, pemilihan *platform digital*, dan konsep *e-commers* yang mudah dipahami.

Konsep interkatif dilakukan untuk mengukur pemahaman para pelaku usaha terhadap inti materi, dengan metode tanya jawab dapat memberikan stimulasi dan pengarahan yang efektif. Pertanyaan menjadi pembangkit motivasi dan keingintahuan secara mendalam, yang dapat merangsang pelaku usaha untuk berpikir lebih strategis. Melalui pertanyaan peserta didorong untuk mencari dan menemukan jawaban yang tepat dan memuaskan. Metode interaktif memungkinkan terjadinya komunikasi langsung yang bersifat *two-way traffic*, dalam komunikasi ini terlihat adanya hubungan timbal balik secara langsung.

Implementasi

Strategi implementasi penguatan literasi digital dilakukan secara komprehensif dengan melibatkan pelaku UMKM secara langsung agar menghasilkan perilaku usaha via digital yang tepat agar tercipta sumber daya manusia cerdas dan bijak dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Implementasi sosialisasi ini dilakukan bukan hanya untuk penguatan literasi digital untuk mendorong daya saing, tetapi juga penguatan

penggunaannya secara moral, sehingga tercipta kejujuran dalam praktik bisnis yang berkelanjutan.

Implementasi penguatan literasi digital dengan *Onboarding Marketplace*, yaitu bagaimana pembuatan akun di *platform* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, atau *TikTok Shop*, sehingga dapat memperluas akses pemasaran. Kedua, melakukan optimalisasi *google maps* (GMB), hal ini dapat membantu titik lokasi usaha agar muncul di pencarian *Google*, sangat penting untuk UMKM agar mudah dicari dan ditemukan oleh konsumen. Selanjutnya contoh dan praktik *digital payment*, dengan Implementasi QRIS sebagai metode pembayaran untuk mempermudah transaksi non-tunai dan pencatatan keuangan digital dan pembuatan aset digital, membantu pembuatan logo atau desain kemasan yang lebih *modern* melalui aplikasi desain praktis (seperti *Canva*).

Evaluasi

Evaluasi dilakukan bertujuan untuk mengukur keberhasilan sosialisasi untuk perbaikan yang berkelanjutan, mulai dari tahap awal, pelaksanaan, hingga akhir program dan untuk memastikan implementasi tidak berhenti setelah sosialisasi selesai. Pendampingan dilakukan sebagai bentuk mentoring dengan membuat grup *WhatsApp* sebagai wadah konsultasi berkelanjutan bagi pelaku UMKM di Situbondo. Sebagai bentuk konsistensi para pelaku UMKM dalam penguatan literasi digital, maka perlu terdokumentasikan keberhasilan dan kendala sebagai bahan rekomendasi strategi dan kebijakan pemerintah daerah.

Meskipun antusiasme dari pelaku usaha tinggi, namun terdapat beberapa kendala lapangan yang dapat menjadi penghambat, yaitu kesenjangan literasi digital, Peserta kategori yang sudah dewasa memerlukan pendampingan lebih intensif dibandingkan peserta muda, kemudian tentang infrastruktur jaringan di beberapa titik pelosok Situbondo, stabilitas sinyal internet masih menjadi tantangan untuk melakukan *live streaming* promosi penjualan dan konsistensi konten dimana pelaku UMKM seringkali kesulitan membagi waktu antara proses produksi dengan pengelolaan media social, sehingga diperlukan strategi manajemen yang lebih kompleks. Kesiapan sumber daya manusia, masih kurangnya minat generasi muda untuk terjun ke sektor UMKM tradisional menyebabkan regenerasi pengelolaan

digital menjadi lambat, serta masih kuatnya preferensi transaksi tunai di tingkat konsumen akar rumput.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi yang bertajuk “Penguatan Literasi Digital: Mendorong digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing produk dan jasa di Situbondo” telah dilaksanakan dengan rincian (1) Profil Peserta: Diikuti oleh pelaku UMKM yang bergerak di lintas sektor, mulai pengolahan makanan, produk kreatif, pengolahan perikanan, batik khas Situbondo, kerajinan tangan, hingga komoditas pertanian. (2) Materi Utama: *Digital Mindset*, Pentingnya beralih dari pencatatan manual ke digital, *E-Commerce & Marketplace*, teknik optimasi toko di *Shopee*, *Tokopedia*, dan *TikTok Shop*, *Digital Marketing*, Pemanfaatan media sosial (*Instagram/Facebook Ads*) dan pembuatan konten visual yang menarik dan Sistem Pembayaran Digital: Implementasi QRIS untuk kemudahan transaksi non-tunai.

Situbondo memiliki potensi besar pada produk olahan laut dan batik, namun kendala utama selama ini adalah jangkauan pasar yang terbatas. Berdasarkan hasil diskusi, digitalisasi menjadi kunci untuk memangkas rantai distribusi yang panjang. Dengan adanya toko *daring (online shop)*, pelaku UMKM tidak lagi bergantung pada pengepul lokal, melainkan dapat menjangkau konsumen langsung di luar kota maupun mancanegara. Digitalisasi sangat penting bagi UMKM Situbondo karena menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang di era *modern*, terutama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan digitalisasi, UMKM lokal dapat meningkatkan daya saing secara signifikan.

Pelaksanaan sosialisasi “Penguatan Literasi Digital: Mendorong digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing produk dan jasa di Situbondo” dapat memberikan kontribusi dan manfaat utama digitalisasi bagi UMKM Situbondo, yaitu:

1. Perluasan Akses Pasar: Digitalisasi membuka akses pasar yang sebelumnya terbatas secara geografis. Melalui *e-commerce* dan media sosial, produk UMKM Situbondo dapat menjangkau konsumen di seluruh Indonesia, bahkan pasar

global, dengan biaya pemasaran yang lebih efisien dibandingkan metode tradisional.

2. Peningkatan Efisiensi Operasional: Penggunaan teknologi digital memungkinkan otomatisasi berbagai proses bisnis, seperti manajemen inventaris dan pencatatan transaksi, yang mengurangi waktu, biaya, dan risiko kesalahan manusia (*human error*).
3. Peningkatan Pendapatan: Studi menunjukkan UMKM yang mengadopsi teknologi digital cenderung mengalami peningkatan pendapatan. Kemampuan untuk menjual produk secara *online* juga membantu UMKM tetap beroperasi dan berkelanjutan.
4. Kemudahan Akses Permodalan: Rekam jejak penjualan dan data transaksi digital yang lengkap dapat menjadi pertimbangan penting bagi lembaga keuangan dalam menilai kelayakan kredit, sehingga mempermudah UMKM untuk mengakses modal dan inklusi keuangan.
5. Daya Saing dan Inovasi: Berada di ekosistem digital memacu UMKM untuk lebih kompetitif dan inovatif, memastikan bisnis tetap relevan dengan tren pasar dan ekspektasi pelanggan saat ini.
6. Pemasaran yang Efektif: Pemasaran digital, seperti melalui *Instagram*, *Facebook*, dan *Google Maps*, dapat meningkatkan visibilitas produk secara signifikan dan menjangkau konsumen potensial dengan lebih terarah.

Digitalisasi UMKM di Situbondo telah bergeser dari sekadar "pilihan" menjadi "kebutuhan strategis". Program digitalisasi UMKM menjadi motor penggerak utama yang berhasil mengawinkan dukungan finansial dengan edukasi teknis. Keberhasilan jangka panjang akan sangat bergantung pada konsistensi pendampingan dan perbaikan infrastruktur digital. Pemerintah Kabupaten Situbondo sendiri telah menyadari pentingnya hal ini dan menyelenggarakan berbagai kegiatan, seperti sosialisasi kemudahan pinjaman usaha, memfasilitasi lokasi lapak UMKM dan kemitraan *e-commerce*, untuk mendorong pelaku usaha lokal memanfaatkan layanan *digital marketing*. Program-program ini bertujuan untuk membantu UMKM Situbondo "naik kelas" dan siap bersaing di era digital. Morisson dan Aula, (2025) menyimpulkan bahwa kolaborasi antara

pemerintah, akademisi, dan sektor swasta sangat penting untuk memastikan keberlanjutan transformasi digital UMKM. Rekomendasi kebijakan juga disarankan untuk mendukung UMKM dalam mengadopsi teknologi digital secara lebih efektif.

Implementasi digitalisasi terbukti meningkatkan daya saing melalui tiga aspek utama, pertama profesionalisme visual, dengan memaksimalkan menggunakan smartphone, kemasan produk yang dulunya tampak sederhana menjadi memiliki nilai jual yang lebih tinggi di mata konsumen digital. Kedua, efisiensi transaksi, adopsi QRIS mempermudah transaksi saat pameran atau kunjungan wisatawan dan transaksi penjualan lainnya, yang memberikan kesan modern dan aman. Ketiga, *data-driven decision*, peserta mulai memahami cara membaca tren pasar melalui fitur "produk terlaris" di *marketplace* untuk menentukan strategi produksi berikutnya.



Gambar 1. Penyampaian Materi Sosialisasi digitalisasi UMKM Situbondo

KESIMPULAN

Pelaksanaan sosialisasi bertajuk "Mendorong Digitalisasi UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Produk dan Jasa" di Kabupaten Situbondo dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi ini berhasil meningkatkan kesadaran digital para pelaku UMKM di Situbondo secara signifikan. Digitalisasi bukan lagi sebuah pilihan, melainkan keharusan untuk bertahan di pasar yang semakin kompetitif. Keberhasilan digitalisasi di Situbondo memerlukan pendampingan berkelanjutan (*mentoring*), bukan hanya pertemuan sekali saja. Pembentukan komunitas digital UMKM lokal disarankan sebagai wadah berbagi pengalaman dan pemecahan

masalah bersama. Memanfaatkan ruang digital dalam implementasi pemasaran dapat memberikan keuntungan secara ekonomi dan pelaku UMKM lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital serta mampu mengimplementasikan strategi *marketing* yang tepat di media sosial yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Sosialisasi ini juga mampu membangun interpretasi urgensi perubahan pola pikir (*Mindset*) bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan bagi para pelaku UMKM di Situbondo untuk bertahan di pasar *modern*. Sosialisasi berhasil memberikan pemahaman bahwa adopsi teknologi dapat memangkas jarak antara produsen lokal dengan konsumen yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Muhammad Yusuf Ibrahim, S.H, M.H. selaku Rektor Universitas Abdurachman Saleh Situbondo (UNARS) atas kesempatan yang diberikan.
2. Dr. Puryantoro, S.P., M.P. selaku Wakil Rektor bidang Administrasi Akademik Universitas Abdurachman Saleh Situbondo atas kesempatan dan bimbingannya.
3. Dr. Nanda Widaninggar, S.E., M.Ak, Ak, CA, CIQaR, Selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) UNARS yang telah memberikan kemudahan dan pengarahan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.
4. Ibu Lindrawati, S.Pd. M.M, selaku kepala biro Administrasi Akademik Universitas Abdurachman Saleh Situbondo sekaligus sebagai pengelola jurnal pengabdian mimbar integritas atas kesempatan diskusi dan pengarahannya.
5. Ibu Lita Permata Sari, S.E., MSA.Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS atas motivasi dan bimbingannya sesuai kebutuhan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
6. Bapak Afif Reza Rimunda, S.H. selaku Anggota Dewan Kabupaten Situbondo atas kesempatan untuk melakukan sosialisasi digitalisasi UMKM Situbondo.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisah, H., Friska, N., & Hidayatullah, M. (2024). Dampak Digitalisasi Terhadap Pertumbuhan UMKM di Negara Berkembang. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 2 (4), 17–35. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v2i4.4157>.
- Dikdik Harjadi, S. E., & Fitriani, L. K. (2024). *Transformasi Pemasaran di Era Digital: Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia*. PT Arr Rad Pratama.
- Hanim, L., Noorman, Ms. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*, Unissula Press. Semarang.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Morisson, B dan Aula Ahmad H F, (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18 (1), 289-299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press.