



THE UTILIZATION OF DIGITAL TECHNOLOGY IN THE DEVELOPMENT OF MSMEs IN THE MAMMINASATA AREA

Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pengembangan UMKM di Kawasan Mamminasata

Badrizal Al Hazar¹

¹ Universitas Negeri Makassar,

Correspondence Author: Badrizal Al Hazar, badrizalalhasar@unm.ac.id, Prodi Pendidikan Geografi, Universitas Negeri Makassar

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 20/05/26

Revised form : 22/05/26

Accepted : 24/05/26

Published online : 06/06/26

Keywords:

Digital technology;

MSMEs;

Mamminasata;

Digital marketing;

Digital transformation

Kata Kunci:

Digitalisasi pajak;

Kepatuhan pajak;

UMKM;

e-Filing;

e-Penagihan

How to Cite:

Al Hazar, B. (2026). *The utilization of digital technology in the development of MSMEs in the Mamminasata area*. **Journal Research Education Mamminasata**, 1(2), 181–188.

<https://doi.org/10.66303/qnpehh05>.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in supporting regional economic growth and employment opportunities, particularly in the Mamminasata region which consists of Makassar, Maros, Gowa, and Takalar. However, many MSMEs still face challenges such as limited market access, low technological literacy, and limited business innovation. The rapid development of digital technology provides new opportunities for MSMEs to improve their competitiveness through the utilization of digital platforms such as social media, e-commerce, and digital payment systems. This study aims to analyze the utilization of digital technology in the development of MSMEs in the Mamminasata area. This research uses a quantitative descriptive method with a survey approach involving MSME actors as respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using descriptive statistical techniques to identify the level of digital technology adoption among MSMEs. The results show that the majority of MSMEs have begun to utilize digital technology, particularly social media and online marketplaces, as marketing tools to expand their market reach and increase sales performance. Furthermore, the use of digital payment systems also contributes to improving transaction efficiency and customer convenience. The study concludes that digital technology plays a significant role in supporting the growth and competitiveness of MSMEs in the Mamminasata region, although continuous support in the form of digital literacy training and infrastructure development is still required.

the main finding of the study in 1 concise sentence.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta menciptakan lapangan kerja, khususnya di kawasan Mamminasata yang meliputi Kota Makassar, Kabupaten Maros, Gowa, dan Takalar. Namun demikian, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi teknologi, serta kurangnya inovasi dalam pengembangan usaha. Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan berbagai platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan sistem pembayaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM di kawasan Mamminasata. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap pelaku UMKM sebagai responden penelitian. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk mengetahui tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM telah memanfaatkan teknologi digital terutama media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan. Selain itu, penggunaan sistem pembayaran digital juga meningkatkan efisiensi transaksi dan kenyamanan konsumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan dan daya saing UMKM di kawasan Mamminasata, meskipun masih diperlukan dukungan berupa peningkatan literasi digital dan penguatan infrastruktur teknologi.

INTRODUCTION

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian karena mampu menyerap sebagian besar tenaga kerja dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Selain itu, UMKM juga berperan dalam meningkatkan pemerataan ekonomi di berbagai daerah melalui kegiatan usaha produktif yang dilakukan oleh masyarakat secara mandiri.

Di kawasan Mamminasata yang meliputi Kota Makassar, Kabupaten Maros, Kabupaten Gowa, dan Kabupaten Takalar, UMKM menjadi salah satu sektor utama yang mendukung pembangunan ekonomi daerah. Kawasan ini merupakan pusat pertumbuhan

ekonomi di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki potensi besar dalam berbagai sektor usaha seperti perdagangan, kuliner, jasa, kerajinan, serta industri kreatif. Pertumbuhan jumlah UMKM di wilayah ini menunjukkan bahwa sektor usaha kecil memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya inovasi produk, serta keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan bisnis.

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas ekonomi dan bisnis. Transformasi digital memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan berbagai platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan sistem pembayaran digital. Pemanfaatan teknologi

digital memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat interaksi dengan konsumen secara lebih efektif. Penelitian yang dilakukan oleh (Fitria dan Nirawati., 2025) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan penjualan produk UMKM sekaligus mendukung keberlanjutan usaha melalui strategi pemasaran yang lebih luas dan efektif.

Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan literasi keuangan dan manajemen usaha. Penelitian Harefa et al. (2025) menyatakan bahwa digitalisasi pada UMKM tidak hanya berkaitan dengan pemasaran produk, tetapi juga berperan dalam meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional.

Beberapa penelitian lain juga menegaskan bahwa teknologi digital memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM di berbagai daerah. Sanusi et al. menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen usaha dapat membantu pelaku UMKM dalam mengelola proses bisnis secara lebih efisien dan sistematis. Selain itu, penggunaan teknologi informasi seperti sistem pembayaran digital juga dapat meningkatkan kemudahan transaksi serta mempercepat proses layanan kepada konsumen.

Di era industri 4.0 dan Society 5.0, digitalisasi menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pelaku usaha yang masih menggunakan metode konvensional. Pemanfaatan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi bisnis memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis.

Namun demikian, tingkat pemanfaatan teknologi digital pada sektor UMKM masih belum merata. Beberapa pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan literasi digital, keterbatasan akses terhadap pelatihan teknologi, serta kurangnya pemahaman mengenai manfaat penggunaan platform digital dalam pengembangan usaha. Sari dan Ahmadi menyatakan bahwa kapasitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, keterampilan, serta dukungan lingkungan dalam proses pemberdayaan usaha.

Berdasarkan berbagai penelitian sebelumnya, dapat diketahui bahwa digitalisasi memiliki potensi besar dalam mendukung pengembangan UMKM. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada konteks wilayah atau sektor usaha tertentu, sehingga masih diperlukan kajian yang lebih spesifik mengenai pemanfaatan teknologi digital pada UMKM di kawasan Mamminasata. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM di kawasan Mamminasata serta bagaimana pengaruhnya terhadap pengembangan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM di kawasan Mamminasata. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM serta memberikan kontribusi dalam perumusan strategi pengembangan UMKM berbasis digital yang dapat meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survey untuk menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan Mamminasata yang meliputi Kota Makassar, Kabupaten Maros, Kabupaten Gowa, dan Kabupaten Takalar. Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai tingkat

pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM serta dampaknya terhadap kegiatan usaha yang dijalankan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang berada di kawasan Mamminasata. Mengingat jumlah populasi UMKM yang cukup besar dan tersebar di beberapa wilayah, maka penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan sampel penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang telah menjalankan usaha minimal satu tahun dan memiliki atau pernah menggunakan teknologi digital dalam kegiatan usaha, seperti media sosial, marketplace, atau sistem pembayaran digital. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah responden yang dijadikan sampel penelitian sebanyak 120 pelaku UMKM.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan terkait pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha, jenis platform digital yang digunakan, serta dampaknya terhadap pemasaran dan penjualan produk. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, laporan penelitian, serta publikas resmi yang berkaitan dengan pengembangan UMKM dan digitalisasi usaha.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari responden terkait tingkat penggunaan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai aktivitas usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM, khususnya dalam penggunaan teknologi digital untuk pemasaran produk. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa laporan, foto kegiatan usaha, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert yang terdiri dari beberapa indikator, antara lain penggunaan media sosial untuk pemasaran, penggunaan marketplace, penggunaan sistem pembayaran digital, serta pemanfaatan teknologi digital dalam

pengelolaan usaha. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden serta tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM di kawasan Mamminasata. Data yang telah diperoleh dari kuesioner kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode statistik sederhana seperti persentase, frekuensi, dan tabulasi data. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk tabel dan uraian deskriptif untuk memudahkan interpretasi serta penarikan kesimpulan.

Melalui metode penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM di kawasan Mamminasata serta bagaimana pengaruhnya terhadap pengembangan usaha yang dijalankan.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan 120 pelaku UMKM di kawasan Mamminasata yang terdiri dari Kota Makassar, Kabupaten Gowa, Kabupaten Maros, dan Kabupaten Takalar. Data yang diperoleh dari kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah mulai memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usaha, khususnya dalam pemasaran produk dan transaksi penjualan. Teknologi digital yang paling banyak digunakan oleh pelaku UMKM antara lain media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital.

Pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM memberikan berbagai manfaat, seperti memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mempermudah proses transaksi. Namun demikian, tingkat pemanfaatan setiap Pribadi

Aplikasi Manajemen Bisnis Digital 30.0 jenis teknologi digital masih bervariasi tergantung pada jenis usaha, tingkat literasi digital, serta akses terhadap infrastruktur teknologi.

Berikut ini merupakan data mengenai tingkat penggunaan teknologi digital oleh pelaku UMKM di kawasan Mamminasata yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Table 1. Penggunaan Teknologi Digital oleh UMKM di Kawasan Mamminasata

Jenis Teknologi Digital	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Media Sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business)	102	85,0
Marketplace (Shopee, Tokopedia, Lazada)	78	65,0
Sistem Pembayaran Digital (QRIS, E-Wallet, Mobile Banking)	84	70,0
Website atau Toko Online	28	23,3

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa media sosial merupakan teknologi digital yang paling banyak digunakan oleh pelaku UMKM, yaitu sebanyak 102 responden atau 85% dari total responden penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi platform yang paling mudah diakses serta efektif digunakan oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produk dan berkomunikasi dengan konsumen.

Selanjutnya, penggunaan sistem pembayaran digital juga cukup tinggi, yaitu sebesar 70% atau sebanyak 84 pelaku UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital telah menjadi bagian penting dalam mendukung transaksi bisnis yang lebih cepat, aman, dan efisien.

Sementara itu, penggunaan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia digunakan oleh 78 pelaku UMKM atau sebesar 65%. Platform marketplace memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat nasional tanpa harus memiliki toko fisik.

Namun demikian, penggunaan website atau toko online pribadi masih relatif rendah, yaitu hanya 23.3% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih lebih memilih menggunakan platform yang sudah tersedia seperti media sosial dan marketplace dibandingkan dengan mengembangkan platform digital secara mandiri.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah mulai diterapkan oleh pelaku UMKM di kawasan Mamminasata, terutama dalam aspek pemasaran dan transaksi penjualan. Meskipun demikian, masih diperlukan peningkatan literasi digital serta dukungan pelatihan bagi pelaku UMKM agar pemanfaatan teknologi digital dapat dilakukan secara lebih optimal dalam pengembangan usaha.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM di kawasan Mamminasata telah mengalami peningkatan, terutama dalam penggunaan media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital. Data penelitian menunjukkan bahwa media sosial merupakan platform digital yang paling banyak digunakan oleh pelaku UMKM, diikuti oleh sistem pembayaran digital dan marketplace. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi salah satu sarana penting dalam mendukung aktivitas pemasaran dan transaksi usaha bagi pelaku UMKM.

Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mempromosikan produk kepada konsumen secara lebih luas. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Selain itu, media sosial juga memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen serta memperkuat hubungan antara produsen dan pembeli. Kemudahan akses dan biaya penggunaan yang relatif rendah menjadikan media sosial

sebagai platform yang paling populer di kalangan pelaku UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitria dan Nirawati., 2025) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan penjualan serta mendukung keberlanjutan usaha UMKM, khususnya dalam sektor industri kreatif seperti UMKM batik. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan platform digital dapat memperluas jangkauan pemasaran produk serta meningkatkan daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hidayatulloh et al. (2025) juga menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dapat meningkatkan efektivitas pemasaran serta penjualan produk UMKM. Melalui penggunaan platform digital seperti marketplace dan media sosial, pelaku UMKM dapat memasarkan produk secara lebih efisien dan menjangkau konsumen dalam skala yang lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja usaha kecil dan menengah.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Sanusi et al., 2024) menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya berperan dalam pemasaran, tetapi juga dalam manajemen usaha UMKM. Pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha dapat membantu pelaku UMKM dalam mengatur proses bisnis secara lebih sistematis, termasuk dalam pencatatan transaksi, pengelolaan stok produk, serta pengelolaan keuangan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki manfaat yang lebih luas dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital oleh pelaku UMKM di kawasan Mamminasata cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai menyadari pentingnya kemudahan transaksi bagi konsumen. Penggunaan pembayaran digital seperti QRIS dan dompet digital memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Temuan ini

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Renaningtias et al., 2024) yang menyatakan bahwa pelatihan penggunaan sistem pembayaran digital dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan usaha. Tidak hanya itu, Sisi lain penggunaan menggunakan QRIS dapat meminimalisir penggunaan uang palsu dan mempermudah perekapan data di data base.

Selain itu, penelitian oleh (Harefa et al., 2025) menegaskan bahwa digitalisasi UMKM tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi dalam pemasaran, tetapi juga dalam meningkatkan literasi keuangan pelaku usaha. Pemanfaatan teknologi digital dapat membantu pelaku UMKM dalam memahami pengelolaan keuangan usaha secara lebih baik, sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis yang dijalankan.

Dalam konteks perkembangan ekonomi digital, pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM juga sejalan dengan konsep Industri 4.0 dan Society 5.0, di mana teknologi informasi menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha. Penelitian yang dilakukan oleh SM et al. (2025) menunjukkan bahwa digitalisasi dalam kegiatan wirausaha memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar serta meningkatkan inovasi dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran.

Selanjutnya, penelitian oleh (Agustinawati et al., 2026) juga menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM di era Society 5.0 memberikan berbagai peluang dalam meningkatkan efektivitas pemasaran serta memperluas jangkauan pasar. Namun demikian, penelitian tersebut juga menekankan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam proses digitalisasi, seperti keterbatasan literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, serta keterbatasan akses terhadap teknologi.

Temuan dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pelaku UMKM telah memanfaatkan teknologi digital, masih terdapat beberapa pelaku usaha yang belum memanfaatkan teknologi secara optimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya pemahaman mengenai penggunaan platform

digital, keterbatasan keterampilan teknologi, serta kurangnya pelatihan terkait digitalisasi usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Ahmadi (2024) yang menyatakan bahwa kapasitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi digital dan dukungan program pemberdayaan usaha.

Berdasarkan hasil analisis dan perbandingan dengan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan UMKM. Digitalisasi tidak hanya berperan dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk, tetapi juga dalam meningkatkan efisiensi manajemen usaha serta memperkuat daya saing pelaku UMKM di era ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah, lembaga pendidikan, serta berbagai pihak terkait dalam meningkatkan literasi digital dan menyediakan pelatihan teknologi bagi pelaku UMKM agar proses transformasi digital dapat berjalan secara lebih optimal.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam proses penelitian maupun publikasi artikel ini. Penelitian ini dilakukan secara independen tanpa adanya hubungan keuangan, komersial, maupun kepentingan pribadi yang dapat mempengaruhi proses penelitian, analisis data, interpretasi hasil, maupun kesimpulan yang disajikan dalam artikel ini.

Seluruh penulis telah menyetujui isi naskah dan memastikan bahwa penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan prinsip integritas akademik dan etika penelitian. Penulis juga menyatakan bahwa naskah ini belum pernah dipublikasikan sebelumnya dan tidak sedang dalam proses pengajuan pada jurnal ilmiah lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan

Mamminasata yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan informasi yang diperlukan dalam proses pengumpulan data penelitian.

REFERENSI

- Fitria, D. A., & Nirawati, L. (2025). Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Penjualan dan Sustainability Produk UMKM Batik. *Jurnal Sinabis*, 1(6), 1561-1566.
- Harefa, I., Fanaetu, Y. J., Gulo, Y. T. Y., Gea, Y. V., Zebua, S. S., Zalukhu, S. P. I., ... & Bate'e, P. C. (2025). Go Digital: Pemanfaatan Teknologi Pada UMKM dan Penguatan Literasi Keuangan di Desa Tumori Kecamatan Gunungsitoli Barat Kota Gunungsitoli. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 1043-1047.
- Sanusi, A., Siregar, S. S., Jaya, I., & Nurdiyanto, H. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Manajemen UMKM di Desa Rajomulyo Metro Selatan. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 5(1), 85-94.
- Renaningtias, N., Daratha, N., & Rosa, M. K. A. (2024). Pengembangan Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dengan Pelatihan Sistem Pembayaran Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 1750-1754.
- SM, N. N. F., Sudiarti, S., Setyoningrum, N. G., & Syifa, R. H. A. (2025). Pemanfaatan Digitalisasi Dalam Berwirausaha Di Era Industri 4.0 Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 3(1), 40-46.
- Agustinawati, T., Ilahi, R., Audhiya, T. R., Najwa, K., & Rifki, A. (2026). Pemanfaatan Teknologi Digital oleh UMKM Dimsum di Era Society 5.0: Tantangan, Peluang, dan Efektivitas Platform Digital. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 187-197.
- Hidayatulloh, H., Davonza, F., & Tuvaona, F. A.

V. (2025). Penerapan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen*.

Sari, E. K., & Ahmadi, M. A. (2024). Kapasitas UMKM: Peran teknologi digital dalam pemberdayaan UMKM Desa Jarum. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 2(4), 223-23