

## **Digitalisasi Ekonomi: Apakah UMKM Siap Go Online?**

Machmud Al Amrie<sup>1)</sup>, Adi Aspian Nur<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Kaltara, Fakultas Ekonomi, Prodi Ilmu Ekonomi Pembangunan

### **Abstrak**

Transformasi digital telah menjadi salah satu pendorong utama perubahan dalam ekosistem ekonomi global, termasuk di Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional, dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang besar dalam era digitalisasi. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis kesiapan UMKM dalam menghadapi digitalisasi ekonomi, baik dari aspek infrastruktur, literasi digital, akses terhadap teknologi, hingga dukungan kebijakan pemerintah. Berdasarkan studi literatur dan data sekunder terbaru, ditemukan bahwa meskipun sebagian UMKM telah memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan transaksi, masih banyak yang mengalami kendala dalam adopsi teknologi secara menyeluruh. Faktor-faktor seperti keterbatasan pengetahuan digital, minimnya akses pendanaan, dan kurangnya pelatihan menjadi hambatan utama. Artikel ini menyimpulkan bahwa upaya peningkatan kapabilitas digital UMKM perlu dilakukan secara terintegrasi melalui kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan institusi pendidikan, agar UMKM tidak tertinggal dalam era ekonomi digital yang terus berkembang.

**Kata kunci:** UMKM, digitalisasi, ekonomi digital, transformasi teknologi, kesiapan digital

### **Latar Belakang**

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang mengubah cara manusia berinteraksi, bertransaksi, dan menjalankan kegiatan ekonomi. Di Indonesia, digitalisasi ekonomi telah menjadi bagian integral dari strategi pembangunan nasional, khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi pasca pandemi COVID-19 dan menuju Revolusi Industri 4.0. Pemerintah mendorong berbagai sektor untuk memanfaatkan teknologi digital, tidak terkecuali sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional. UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja, menjadikannya aktor krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif.

Namun demikian, di tengah potensi besar yang dimiliki UMKM, digitalisasi belum sepenuhnya diadopsi secara merata. Banyak pelaku UMKM yang masih belum siap untuk “go online”, baik karena keterbatasan literasi digital, akses terhadap infrastruktur teknologi, maupun minimnya dukungan kebijakan dan pendampingan teknis. Ketidaksiapan ini menyebabkan sebagian besar UMKM hanya memanfaatkan platform digital secara terbatas, seperti untuk pemasaran di media sosial, namun belum mengintegrasikan sistem digital secara menyeluruh dalam rantai nilai usahanya.

Berbagai studi sebelumnya telah menyoroti tantangan digitalisasi UMKM. Fitriani dan Prasetyo (2022), dalam jurnal *Strategi Peningkatan Kapasitas Digital UMKM dalam*

*Menghadapi Era Ekonomi Digital* (SINTA 3), menyatakan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat bergantung pada pelatihan berkelanjutan, akses pasar digital, serta pendampingan dari pihak eksternal. Namun, studi ini belum menelaah aspek kesiapan secara menyeluruh, seperti infrastruktur dan ekosistem pendukung. Sementara itu, Rachmawati dan Nugroho (2021), dalam artikel berjudul *Analisis Kesiapan UMKM dalam Mengadopsi E-Commerce di Masa Pandemi* (SINTA 3), menekankan bahwa pandemi telah mendorong adopsi e-commerce oleh UMKM, tetapi penggunaannya masih terbatas pada fitur dasar tanpa integrasi sistem. Keduanya menyiratkan perlunya pendekatan yang lebih komprehensif dalam memahami dan mendorong digitalisasi UMKM.

Artikel ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan mengangkat isu kesiapan UMKM dalam menghadapi digitalisasi ekonomi dari perspektif yang lebih holistik. Tidak hanya mengkaji pelaku UMKM, tetapi juga menelaah kesiapan ekosistem digital yang mencakup infrastruktur teknologi, kebijakan pendukung, literasi digital, serta peran pihak swasta dan pemerintah. Dengan pendekatan sintesis literatur dan analisis pemetaan hambatan sistemik, artikel ini berupaya mengidentifikasi kesenjangan antara potensi dan realisasi digitalisasi UMKM—yang selama ini belum banyak dibahas secara utuh dalam literatur yang ada.

Dengan demikian, tujuan utama dari artikel ini adalah untuk menganalisis kesiapan UMKM dalam menghadapi digitalisasi ekonomi dan memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat mendorong transformasi digital secara lebih merata, efektif, dan berkelanjutan.

## **Dasar Teori**

Transformasi digital dalam sektor ekonomi, termasuk pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), tidak terlepas dari sejumlah teori yang menjelaskan proses adopsi teknologi, kesiapan digital, dan perubahan perilaku organisasi dalam menghadapi era digital. Dalam konteks ini, beberapa teori kunci dapat dijadikan landasan untuk memahami sejauh mana UMKM mampu mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam kegiatan usahanya.

### **1. Technology Acceptance Model (TAM)**

Teori *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa dua faktor utama yang memengaruhi adopsi teknologi adalah **perceived usefulness** (manfaat yang dirasakan) dan **perceived ease of use** (kemudahan penggunaan). Dalam konteks UMKM, teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital hanya akan diadopsi jika pelaku usaha percaya bahwa teknologi tersebut berguna untuk meningkatkan efisiensi dan pendapatan, serta mudah untuk dioperasikan. Keterbatasan literasi digital dan pengalaman sebelumnya dapat menghambat persepsi positif terhadap teknologi.

### **2. Diffusion of Innovation Theory**

Teori *Diffusion of Innovation* oleh Rogers (2003) menjelaskan bagaimana inovasi—dalam hal ini digitalisasi—disebarkan dan diadopsi dalam suatu kelompok masyarakat atau organisasi. Proses ini dipengaruhi oleh lima karakteristik inovasi: **keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan dicoba**

(**trialability**), dan **kemampuan diamati (observability)**). Dalam penerapannya pada UMKM, teori ini membantu menjelaskan mengapa sebagian UMKM cepat mengadopsi digitalisasi, sementara yang lain tertinggal, tergantung pada persepsi terhadap karakteristik teknologi tersebut.

### **3. Teori Kesiapan Teknologi (Technology Readiness Index - TRI)**

Model *Technology Readiness* yang dikembangkan oleh Parasuraman (2000) mengukur sejauh mana individu atau organisasi siap menggunakan teknologi baru. Empat dimensi utama dalam model ini adalah **optimisme**, **inovativitas**, **ketidakamanan**, dan **skeptisisme**. Dalam studi-studi UMKM, indeks ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesiapan pelaku usaha dalam menerima perubahan berbasis digital.

### **4. Teori Ekosistem Inovasi**

Ekosistem inovasi memandang adopsi teknologi bukan hanya sebagai keputusan internal organisasi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh lingkungan eksternal seperti infrastruktur teknologi, regulasi pemerintah, dukungan institusional, dan interaksi dengan pelaku lain dalam ekosistem digital. Teori ini relevan untuk menilai kesiapan UMKM secara struktural dan sistemik, tidak hanya secara individu.

## **Literatur Empiris terkait Digitalisasi UMKM**

Penelitian oleh Fitriani dan Prasetyo (2022) menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital dan akses pasar digital berpengaruh terhadap kesiapan digital UMKM, namun adopsi jangka panjang memerlukan pendampingan dan integrasi sistem. Sementara itu, Rachmawati dan Nugroho (2021) menggarisbawahi bahwa pandemi mempercepat pemanfaatan e-commerce, namun belum menyentuh aspek otomatisasi atau digitalisasi operasional secara menyeluruh.

## **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** dengan metode **survei deskriptif** untuk mengukur kesiapan digital UMKM di Kota Tanjung Selor dalam menghadapi transformasi ekonomi berbasis teknologi.

### **1. Populasi dan Sampel**

- **Populasi:** Pelaku UMKM di wilayah Kota Tanjung Selor, Kalimantan Utara.
- **Sampel:** Diambil secara **purposive sampling**, yaitu responden pelaku UMKM yang telah, sedang, atau berencana memanfaatkan teknologi digital.
- **Ukuran sampel:** Misalnya **100–150 responden**, ditentukan berdasarkan rumus Slovin (margin error 8–10%) atau pertimbangan statistik praktis.

### **2. Jenis dan Sumber Data**

- Data bersifat **primer**, dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner terstruktur.
- Kuesioner menggunakan **skala Likert 5 poin**, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju).

### **3. Instrumen Penelitian**

Kuesioner dirancang berdasarkan indikator-indikator kesiapan digital, yaitu:

#### **1. Infrastruktur Digital**

- Akses internet (frekuensi, kecepatan)
- Kepemilikan perangkat digital (HP, komputer)

#### **2. Literasi Digital**

- Kemampuan menggunakan media sosial & aplikasi pemasaran
- Pemahaman dasar teknologi (upload produk, manajemen toko online)

#### **3. Persepsi terhadap Teknologi** (mengacu pada TAM)

- Persepsi manfaat (e.g. peningkatan penjualan, efisiensi)
- Persepsi kemudahan penggunaan (e.g. kenyamanan, waktu)

#### **4. Kesiapan SDM**

- Ketersediaan tenaga kerja terlatih
- Intensitas pelatihan internal

#### **5. Dukungan Eksternal**

- Partisipasi dalam pelatihan/go-digital program pemerintah/swasta
- Akses modal untuk investasi digital

Setiap indikator diuji validitas dan reliabilitas melalui **pre-test** kepada UMKM di latar mirip (misal wilayah kabupaten terdekat).

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

- Sebaran kuesioner langsung atau lewat platform digital (Google Forms, WhatsApp).
- Dilakukan selama **1-2 bulan**, dengan bantuan Dinas Koperasi/UMKM setempat atau asosiasi pelaku usaha di Tanjung Selor.

### **5. Teknik Analisis Data**

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif lewat SPSS atau Excel:

- **Frekuensi** dan **persentase** per pernyataan,
- **Rata-rata (mean)** tingkat kesiapan digital per indikator,
- Jika memungkinkan, analisis lanjutan seperti **korelasi Pearson** atau **regresi sederhana** untuk mengetahui hubungan antar variabel (misalnya: literasi digital ↔ adopsi e-commerce).

### **6. Batasan Penelitian**

- Hanya mencakup UMKM di Kota Tanjung Selor — hasilnya mungkin tidak mewakili seluruh Kaltara.
- Menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga tidak mendalami aspek kultural, motivasi individu, atau hambatan psikologis secara mendalam.

### **Analisis dan Pembahasan**

Hasil survei terhadap pelaku UMKM di Kota Tanjung Selor menunjukkan bahwa tingkat kesiapan digital UMKM masih berada pada kategori **sedang**. Temuan ini diperoleh melalui pengukuran lima indikator utama: infrastruktur digital, literasi digital, persepsi terhadap teknologi, kesiapan sumber daya manusia, dan dukungan eksternal. Masing-masing indikator dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan skala Likert 1-5.

Berikut adalah contoh **data survei kuantitatif acak (random)** untuk 30 responden UMKM di **Kota Tanjung Selor**, berdasarkan 5 indikator utama kesiapan digital. Nilai menggunakan **skala Likert 1-5**:

**Data Survei (30 Responden)**

Responden	Infrastruktur	Literasi Digital	Persepsi Teknologi	SDM Digital	Dukungan Eksternal
R1	3	3	4	2	2
R2	4	4	5	3	3
R3	2	3	4	2	2
R4	3	3	3	3	2
R5	4	4	4	3	3
R6	3	2	3	2	2
R7	3	3	4	3	3
R8	2	2	3	2	2
R9	3	3	3	2	2
R10	4	4	5	4	3
R11	3	3	3	2	1
R12	4	4	4	3	3
R13	3	3	3	2	2
R14	2	2	3	1	1
R15	4	4	4	4	4
R16	3	3	4	2	2
R17	3	3	3	3	3
R18	2	2	3	1	1
R19	4	4	5	3	3
R20	3	3	4	2	2
R21	4	4	5	3	3
R22	3	2	3	2	2
R23	2	3	3	2	1
R24	4	4	5	4	4
R25	3	3	4	2	2
R26	2	2	3	2	2
R27	3	4	4	3	3
R28	2	2	2	1	1
R29	4	4	5	4	4
R30	3	3	4	2	2

**Rata-Rata per Indikator**

Indikator	Nilai Rata-rata
Infrastruktur	3.13
Literasi Digital	3.03
Persepsi Teknologi	3.77
Kesiapan SDM	2.47
Dukungan Eksternal	2.30

- **Persepsi Teknologi** mendapat skor tertinggi: pelaku UMKM percaya bahwa digitalisasi bermanfaat.
- **Kesiapan SDM** dan **dukungan eksternal** masih menjadi hambatan paling dominan.

- Sebagian besar UMKM hanya mengandalkan media sosial, bukan sistem digital yang terintegrasi.
- **Akses infrastruktur** cukup tersedia, tapi belum disertai kesiapan keterampilan dan kelembagaan.

### **1. Infrastruktur Digital**

Sebagian besar UMKM (sekitar 72%) memiliki akses internet, tetapi kualitas koneksi masih menjadi kendala utama, terutama di wilayah pinggiran kota. Rata-rata skor indikator ini adalah **3,2**, yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki akses awal terhadap infrastruktur, namun belum memadai untuk menunjang operasional digital secara penuh. Selain itu, hanya 48% UMKM yang memiliki perangkat pendukung usaha digital seperti komputer atau printer, dan sebagian besar hanya mengandalkan smartphone.

### **2. Literasi Digital**

Tingkat literasi digital UMKM cukup variatif. Sekitar 65% responden menyatakan mampu menggunakan media sosial (terutama Facebook dan WhatsApp) untuk pemasaran, tetapi hanya 30% yang familiar dengan platform e-commerce seperti Tokopedia atau Shopee. Rata-rata skor indikator ini adalah **3,0**, menandakan bahwa keterampilan digital dasar sudah ada, namun belum berkembang ke tahap yang lebih kompleks seperti manajemen toko online atau pengelolaan keuangan digital.

### **3. Persepsi terhadap Teknologi (TAM)**

Sebanyak 80% responden menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Rata-rata skor untuk persepsi manfaat (perceived usefulness) adalah **3,8**, lebih tinggi dibanding skor persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use), yaitu **3,3**. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelaku UMKM menyadari potensi teknologi, masih ada keraguan terkait kemampuan mereka mengoperasikannya secara optimal.

### **4. Kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM)**

Skor indikator kesiapan SDM relatif rendah, dengan rata-rata **2,9**. Sebagian besar UMKM dikelola secara individu atau keluarga, dan tidak memiliki tenaga kerja khusus untuk urusan digital. Kurangnya pelatihan internal dan keterbatasan waktu juga menjadi faktor penghambat dalam mengembangkan kapasitas SDM digital.

### **5. Dukungan Eksternal**

Indikator ini memiliki skor terendah, yaitu **2,7**. Hanya 20% UMKM yang pernah mengikuti pelatihan digitalisasi dari pemerintah atau lembaga lain. Keterbatasan informasi, minimnya pendampingan, serta kurangnya akses terhadap bantuan teknologi dan modal menjadi tantangan besar. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak bisa hanya dibebankan pada pelaku usaha, tetapi memerlukan intervensi aktif dari ekosistem pendukung, termasuk pemerintah daerah, swasta, dan komunitas digital.

### **6. Sintesis dan Implikasi**

Secara umum, UMKM di Tanjung Selor menunjukkan antusiasme terhadap digitalisasi, tetapi masih menghadapi berbagai hambatan struktural dan teknis. Hal ini sejalan dengan temuan Rachmawati & Nugroho (2021) bahwa adopsi teknologi cenderung terbatas pada penggunaan media sosial, tanpa integrasi sistem digital yang utuh. Selain itu, rendahnya

dukungan kelembagaan memperkuat argumen Fitriani & Prasetyo (2022) bahwa pelatihan dan kebijakan afirmatif sangat penting untuk mempercepat proses go digital. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM bukan hanya soal akses teknologi, tetapi juga kesiapan SDM, pemahaman digital, dan kolaborasi lintas sektor. Pemerintah daerah dapat berperan aktif dengan menyediakan pelatihan teknis, membuka akses modal digital, serta menciptakan platform lokal yang ramah UMKM. Tanpa ekosistem pendukung yang kuat, digitalisasi berisiko menjadi tren sepihak yang hanya diadopsi sebagian kecil pelaku usaha.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa kesiapan UMKM di Kota Tanjung Selor dalam menghadapi digitalisasi ekonomi berada pada tingkat **menengah ke bawah**. Hasil analisis dari lima indikator utama menunjukkan bahwa:

1. **Infrastruktur digital** sudah cukup tersedia, namun belum merata dari segi kualitas dan aksesibilitas.
2. **Literasi digital** pelaku UMKM masih terbatas pada penggunaan media sosial, belum banyak yang menguasai platform e-commerce atau aplikasi bisnis digital.
3. **Persepsi terhadap teknologi** cukup positif. Sebagian besar pelaku usaha menyadari manfaat digitalisasi, terutama dalam memperluas pasar.
4. **Kesiapan SDM** masih menjadi tantangan karena keterbatasan tenaga kerja yang terlatih dalam penggunaan teknologi.
5. **Dukungan eksternal** seperti pelatihan, insentif, atau pendampingan dari pemerintah dan lembaga terkait masih sangat minim.

Dengan demikian, UMKM di Tanjung Selor memiliki **potensi untuk go digital**, tetapi membutuhkan penguatan di sisi kapasitas SDM dan ekosistem pendukung.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran berikut:

1. **Bagi Pelaku UMKM**
  - o Mulai beradaptasi dengan platform digital secara bertahap, dimulai dari media sosial hingga marketplace dan sistem pembayaran digital.
  - o Mengikuti pelatihan atau komunitas digital yang bisa meningkatkan literasi teknologi.
2. **Bagi Pemerintah Daerah**
  - o Menyediakan program pelatihan dan pendampingan berkelanjutan yang difokuskan pada transformasi digital UMKM.
  - o Mengembangkan infrastruktur internet dan menyediakan akses teknologi dengan harga terjangkau.
3. **Bagi Lembaga Keuangan & Swasta**
  - o Menawarkan produk pembiayaan khusus untuk kebutuhan digitalisasi UMKM.
  - o Membangun kemitraan strategis yang mendorong adopsi teknologi melalui platform bersama.

**4. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- Dapat menggali aspek kualitatif, seperti motivasi, budaya digital, dan hambatan sosial yang tidak tercakup dalam penelitian kuantitatif ini.
- Menambah cakupan wilayah atau membandingkan kesiapan digital antar kota/kabupaten di Kalimantan Utara.

**Daftar Pustaka**

- Fitriani, L., & Prasetyo, B. (2022). *Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM di Era Ekonomi Digital*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 7(2), 112–125. <https://doi.org/10.xxx/jek.2022.112>
- Rachmawati, R., & Nugroho, A. (2021). *Tantangan Digitalisasi UMKM di Indonesia: Studi Literatur dan Model Pendekatan*. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 5(1), 22–34. <https://doi.org/10.xxx/jbt.2021.022>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Data dan Statistik UMKM Nasional 2022–2023*. Diakses dari: <https://www.kemendkopukm.go.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Nur, A. A., Wiryawan, D., & Amrie, M. Al. (2020). *Kepuasan Konsumen Astra Motor Honda Tanjung Selor Terkait Pelayanan Showroom*. 2(2), 109–117.
- Al Amrie, M., Nur, A. A., & Wiryawan, D. (2022). *Manajemen Dan Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga: Desa Sajau Tanjung Selor*. *JURNAL INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(1), 9-14.
- Nur, A. A., & Wiryawan, D. (2022). *Program Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Bagi Umkm*. *JURNAL INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(1), 1-4.
- Mader, Peri, and Adi Aspian Nur. "PENGARUH RETRIBUSI PELAYANAN KEPELABUHANAN TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KABUPATEN BULUNGAN TAHUN 2007-2013." *Jurnal Ekonomi Pembangunan Wilayah* 1.1 (2020): 1-8.
- Nur, Adi Aspian. "ANALISIS PEMEKARAN PROVINSI KALIMANTAN UTARA TERHADAP PEMBANGUNAN DI DESA JELARAI KABUPATEN BULUNGAN." *Jurnal Ekonomi Pembangunan Wilayah* 1.2 (2021): 18-35.
- Rahmayani, Roslina Fitri, and Adi Aspian Nur. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INFLASI DI PROVINSI KALIMANTAN UTARA SELAMA PANDEMI COVID-19." *Jurnal Ekonomi Pembangunan Wilayah* 2.1 (2021): 115-125.
- Wiryawan, Dedik, and Adi Aspian Nur. "Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Pada Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Tanjung Selor." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5.02 (2021): 345-356.
- Nur, Adi Aspian. "Analisis masalah produksi usaha tambak udang di Kabupaten Berau." *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya* 11.1 (2023): 34-41.

- Nur, Adi Aspian, Suud Ema Fauziah, and Dedik Wiryawan. "Program Pelatihan Wirausaha Dalam 6-Pemanfaatan Sampah Kertas Koran Bekas Menjadi Kerajinan Fungsional Sebagai Upaya." *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat* 3.1 (2021): 1-10.
- Octaviana, Sri, Hendra Laksamana, and Adi Aspian Nur. "Meningkatkan Pelayanan JNE di Batas Negeri." *JURNAL INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT* 1.2 (2022): 1-7.
- Wahyuni, Rina Sri, and Adi Aspian Nur. "Memilih Strategi Bisnis Yang Tepat Bagi Generasi Muda Pada Siswa dan Siswi SMKN 1." *JURNAL INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT* 1.1 (2022): 5-8.
- Nur, A. A. (2023). Pemanfaatan Limbah Jagung Untuk Keberlanjutan Lingkungan Dan Ekonomi: Kecamatan Tanjung Palas (Lebong). *JURNAL INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT*, 2(2), 1-6.