

Optimalisasi Keberadaan Digital: Panduan Praktis Membangun Citra melalui Instagram

Okta Widiawanti^{1*}, Buko Vinarang²

¹²Universitas Pamulang, Indonesia

*dosen03106@unpam.ac.id

Abstract

The development of digitalization requires creative economy actors to utilize social media as a medium for communication and image building. Instagram, as a visually oriented platform, offers significant potential for tailoring service businesses to showcase product quality and expand market reach. However, the tailoring community of Alumni TI Kota Tangerang has not optimally utilized Instagram due to limited digital literacy, content production skills, and the absence of a structured social media management strategy. This study aims to enhance the capacity of the tailoring community to optimize its digital presence through Instagram as a medium for community image building. This study employs a qualitative descriptive approach through a community service program involving training and mentoring activities. The stages include initial observation, participatory workshops, and evaluation of program outcomes. Data were collected through participatory observation, documentation, and reflective discussions, and analyzed descriptively to assess changes in participants' understanding and abilities. The results indicate an improvement in participants' understanding of Instagram's strategic role, initial abilities in creating visual content and simple narratives, and increased awareness of the importance of consistent and sustainable social media management. This activity contributes to improving digital literacy and strengthening the digital image of the tailoring community.

Keywords: Instagram, Digital Image, Digital Literacy, Tailoring Community, Community Service

Abstrak

Perkembangan digitalisasi menuntut pelaku usaha ekonomi kreatif untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pembentukan citra. Instagram, sebagai platform berbasis visual, memiliki potensi besar bagi usaha jasa jahit dalam menampilkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar. Namun, komunitas penjahit Alumni TI Kota Tangerang belum memanfaatkan Instagram secara optimal akibat keterbatasan literasi digital, kemampuan produksi konten, dan ketiadaan strategi pengelolaan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas komunitas penjahit dalam mengoptimalkan keberadaan digital melalui Instagram sebagai media pembangunan citra komunitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan. Tahapan kegiatan meliputi observasi awal, pelaksanaan workshop partisipatif, dan evaluasi hasil kegiatan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, dokumentasi, dan diskusi reflektif. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menilai perubahan pemahaman dan kemampuan peserta. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai peran strategis Instagram, kemampuan awal dalam menyusun konten visual dan narasi sederhana, serta tumbuhnya kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan media

sosial secara konsisten dan berkelanjutan. Kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan literasi digital dan penguatan citra komunitas penjahit di ruang digital.

Kata Kunci: Instagram, Citra Digital, Literasi Digital, Komunitas Penjahit, Pengabdian Kepada Masyarakat

Pendahuluan

Transformasi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola komunikasi, promosi, dan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen (Halisa et al., 2025). Media sosial menjadi sarana strategis dalam membangun citra, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan sektor ekonomi kreatif (Mardikaningsih, 2023). Instagram, sebagai platform berbasis visual dengan jumlah pengguna yang besar di Indonesia, menawarkan peluang besar bagi pelaku usaha jasa jahit untuk menampilkan kualitas produk, keahlian, dan identitas usaha secara lebih efektif dan persuasif (Aulia, 2024).

Komunitas penjahit Alumni TI Kota Tangerang merupakan bagian dari sektor ekonomi kreatif lokal yang memiliki potensi besar melalui produk jahit yang bersifat personal, berbasis keterampilan, dan bernilai estetis. Namun, potensi tersebut belum dioptimalkan secara maksimal melalui pemanfaatan media digital. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota komunitas belum memiliki strategi pengelolaan Instagram yang terarah. Penggunaan media sosial masih bersifat pasif, tidak konsisten, serta belum didukung oleh perencanaan konten yang mampu membangun citra profesional dan menarik keterlibatan audiens.

Keterbatasan literasi digital, rendahnya kemampuan dalam produksi konten visual dan narasi yang menarik, serta ketiadaan panduan praktis pengelolaan akun Instagram menjadi faktor utama yang menghambat optimalisasi keberadaan digital komunitas. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara potensi besar Instagram sebagai media komunikasi bisnis dan kemampuan komunitas penjahit dalam memanfaatkannya secara strategis. Akibatnya, komunitas berisiko kehilangan peluang untuk meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jaringan pelanggan, serta memperkuat citra positif di tengah persaingan industri kreatif yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, diperlukan upaya intervensi yang terstruktur melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas pengelolaan media sosial, khususnya Instagram. Kegiatan ini diarahkan untuk membekali komunitas penjahit dengan pemahaman strategis, keterampilan praktis, serta panduan berkelanjutan dalam membangun citra digital yang profesional. Optimalisasi keberadaan digital diharapkan tidak hanya meningkatkan eksistensi komunitas di ruang daring, tetapi juga berkontribusi pada penguatan daya saing dan keberlanjutan usaha penjahit di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan. Subjek kegiatan adalah anggota Komunitas Penjahit Alumni TI Kota Tangerang yang dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan aktif dalam kegiatan menjahit dan minat terhadap pemanfaatan media sosial (Muhadjir, 1996; Muhyi, 2018; Nisma Iriani et al., 2022).

Tahapan kegiatan meliputi: (1) identifikasi permasalahan melalui observasi awal dan diskusi dengan mitra untuk memetakan tingkat literasi digital dan pola penggunaan media sosial; (2) perancangan materi pelatihan yang berfokus pada pembangunan citra digital, pengelolaan akun Instagram, serta strategi pembuatan konten visual dan tekstual; dan (3) pelaksanaan workshop dan pendampingan yang dilakukan secara partisipatif melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, dokumentasi kegiatan, dan diskusi reflektif dengan peserta selama pelaksanaan program. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menelaah perubahan pemahaman, kemampuan awal peserta dalam menyusun konten Instagram, serta kesadaran strategis terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembangunan citra komunitas (Anggito & Setiawan, 2018; Djam'an Satori, 2011; Fitriah, 2018; Herdiansyah, 2014).

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh tim dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang pada Komunitas Alumni TI Kota Tangerang yang beranggotakan ibu-ibu penjahit bertujuan untuk memperkenalkan Instagram sebagai media komunikasi digital yang dapat dimanfaatkan untuk membangun citra komunitas, memperluas jangkauan jejaring, serta memperkenalkan hasil karya secara lebih terarah. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, komunitas belum memiliki akun Instagram dan belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi maupun representasi komunitas. Kegiatan PkM dikemas dalam bentuk pelatihan yang bersifat pengenalan dan pendampingan awal, dengan pendekatan yang sederhana dan mudah dipahami. Materi disampaikan melalui penjelasan langsung, diskusi, serta praktik dasar yang disesuaikan dengan latar belakang peserta sebagai ibu rumah tangga yang memiliki keterampilan menjahit. Adapun hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Meningkatnya Pemahaman Peserta tentang Peran Instagram bagi Komunitas Menjahit

Pelatihan optimalisasi keberadaan digital yang diberikan kepada anggota komunitas Alumni TI Kota Tangerang menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta mengenai peran strategis Instagram dalam membangun citra komunitas. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta memandang media sosial hanya sebagai sarana hiburan dan komunikasi pribadi,

serta belum melihat keterkaitannya dengan kegiatan komunitas maupun potensi karya jahit yang mereka hasilkan.



Gambar 1. Peserta PKM

Melalui pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada fungsi Instagram sebagai ruang untuk memperkenalkan komunitas, mendokumentasikan aktivitas menjahit, serta menampilkan hasil karya yang selama ini hanya dikenal di lingkungan terbatas. Penjelasan disampaikan dengan contoh yang dekat dengan keseharian peserta, seperti penggunaan Instagram untuk membagikan foto hasil jahitan, kegiatan pertemuan komunitas, serta cerita singkat mengenai proses pembuatan produk. Pendekatan ini membantu peserta memahami bahwa media sosial tidak harus digunakan secara rumit, tetapi dapat dimanfaatkan secara sederhana dan sesuai kebutuhan komunitas. Temuan ini sejalan dengan pandangan (Alyusi, 2019) yang menyatakan bahwa media sosial berperan sebagai sarana strategis bagi organisasi untuk menampilkan identitas, nilai, dan aktivitas mereka secara dinamis melalui konten yang dapat dibagikan dan diakses secara luas. Dalam konteks komunitas menjahit, Instagram dipahami sebagai media yang memungkinkan peserta memperlihatkan portofolio karya, berbagi pengalaman menjahit, serta menyampaikan nilai kebersamaan dan keterampilan yang menjadi ciri khas komunitas.

Berdasarkan diskusi yang berlangsung selama kegiatan, peserta mulai menyadari bahwa keberadaan Instagram dapat membantu komunitas menjahit dikenal lebih luas dan membangun citra yang positif di mata masyarakat. Hal ini selaras dengan temuan Hidayatullah dan Fauzi (2021) yang menunjukkan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan secara efektif untuk membangun citra lembaga melalui penyampaian nilai dan pesan secara konsisten. Peserta memahami bahwa meskipun komunitas mereka bersifat nonformal, nilai yang ingin disampaikan tetap dapat dikomunikasikan melalui unggahan yang sederhana namun bermakna. Salah satu peserta yaitu Bu Tati menyampaikan bahwa:

“Selama ini hasil jahitan kami cuma dilihat orang sekitar. Ternyata kalau ada Instagram, bisa jadi tempat pameran hasil karya juga.”

Pernyataan tersebut mencerminkan perubahan cara pandang peserta terhadap media sosial. Instagram tidak lagi dipahami sebagai sesuatu yang jauh atau sulit, melainkan sebagai media yang dapat digunakan untuk memperkenalkan karya, aktivitas, dan identitas komunitas secara lebih terbuka. Pemahaman ini juga menjadi langkah awal bagi peserta untuk mengenal pentingnya konsistensi dan keaslian dalam menyampaikan konten, sebagaimana disampaikan oleh Baisan (2025) bahwa pengelolaan media sosial yang efektif menuntut konten yang relevan, otentik, serta membuka ruang interaksi dua arah dengan audiens.

B. Berkembangnya Kemampuan Awal Peserta dalam Menyusun Konten Instagram untuk Komunitas Menjahit

Hasil pelatihan selanjutnya menunjukkan adanya perkembangan kemampuan awal peserta dalam memahami dan menyusun konten Instagram sebagai dasar pembentukan citra digital komunitas menjahit. Meskipun komunitas belum memiliki akun Instagram sebelumnya, peserta mulai mampu mengidentifikasi aktivitas dan hasil karya yang dapat merepresentasikan identitas komunitas secara positif di ruang digital.

Dalam sesi diskusi, beberapa peserta mengungkapkan bahwa selama ini mereka tidak pernah terpikir bahwa proses menjahit dapat menjadi bagian dari citra yang ditampilkan ke publik. Salah satu peserta, Bu Rosi menyampaikan bahwa:

“Biasanya kami fokus ke hasil jadi saja. Setelah dijelaskan, ternyata proses menjahitnya juga bisa diceritakan dan itu menarik.”

Dari pernyataan Bu Rosi tersebut menunjukkan adanya perubahan cara pandang peserta terhadap aktivitas menjahit yang sebelumnya dianggap biasa. Peserta mulai memahami bahwa citra digital tidak hanya dibentuk melalui produk akhir, tetapi juga melalui narasi dan proses di baliknya. Hal ini sejalan dengan konsep citra digital yang dikemukakan oleh Saidah (2023), bahwa persepsi publik terbentuk dari jejak digital yang mencakup konten, cerita, dan aktivitas yang ditampilkan secara konsisten. Bu Sri sebagai ketua komunitas Alumni Taylor Indonesia juga menyampaikan bahwa mereka mulai memahami perbedaan antara konten pribadi dan konten komunitas:

“Kalau ini akun bersama, berarti yang diunggah harus mewakili semua, bukan selera masing-masing.”

Pernyataan tersebut menunjukkan munculnya kesadaran kolektif bahwa akun Instagram komunitas berfungsi sebagai wajah bersama. Kesadaran ini penting dalam membangun citra digital yang konsisten, sebagaimana dijelaskan oleh Keller, 2013 bahwa citra terbentuk dari persepsi kolektif yang diterima publik terhadap suatu entitas. Dengan memahami fungsi konten sebagai representasi bersama, peserta mulai memiliki dasar yang kuat dalam menyusun konten yang mendukung citra komunitas secara positif. Dengan demikian, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa tujuan PKM untuk membekali peserta dengan kemampuan awal menyusun konten Instagram mulai tercapai. Kemampuan tersebut belum bersifat teknis lanjutan, namun sudah mencakup pemahaman konseptual mengenai peran konten dalam membentuk citra digital komunitas menjahit.

C. Terbangunnya Kesadaran Strategis Peserta terhadap Instagram sebagai Aset Citra Digital Komunitas

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga menunjukkan terbangunnya kesadaran strategis peserta terhadap Instagram sebagai aset penting dalam pembentukan citra digital komunitas. Kesadaran ini muncul dari pemahaman bahwa keberadaan komunitas di media sosial dapat memengaruhi cara masyarakat memandang kualitas, keseriusan, dan profesionalisme komunitas menjahit.

Dalam diskusi kelompok, peserta mengungkapkan bahwa sebelumnya mereka merasa media sosial terlalu rumit dan tidak cocok untuk komunitas mereka. Namun setelah mengikuti pelatihan, pandangan tersebut mulai berubah. Bu Vita selaku peserta menyampaikan:

“Awalnya saya kira Instagram itu cuma buat anak muda. Ternyata bisa juga dipakai pelan-pelan sesuai kemampuan kita.”

Dari ungkapan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berhasil menurunkan hambatan psikologis peserta terhadap penggunaan media sosial. Peserta mulai melihat Instagram sebagai alat yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kondisi komunitas. Hal ini mendukung pendapat (Alyusi, 2019) yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan organisasi menampilkan identitas dan aktivitas secara dinamis sesuai karakter penggunaannya. Bu Desy selaku peserta juga menekankan pentingnya pengelolaan bersama agar akun komunitas dapat berjalan secara berkelanjutan:

“Kalau dikerjakan bareng, rasanya lebih ringan dan nggak takut salah.”

Pernyataan tersebut mencerminkan kesadaran bahwa pengelolaan citra digital merupakan tanggung jawab kolektif, bukan individu. Kesadaran ini relevan dengan tantangan digitalisasi komunitas penjahit yang disampaikan oleh Wijaya dan Putri (2021), bahwa keterbatasan pengalaman dan rasa percaya diri sering menjadi penghambat utama dalam pemanfaatan media digital.

Pelaksanaan workshop "Optimalisasi Keberadaan Digital: Panduan Praktis Membangun Citra Melalui Instagram untuk Komunitas Penjahit Kota Tangerang" secara umum berjalan lancar dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti setiap sesi materi, mulai dari pemahaman konsep citra digital hingga praktik pembuatan konten di Instagram.

Pembahasan materi mengenai pentingnya citra digital dan peran Instagram sebagai platform promosi bisnis jahit mendapatkan respons positif. Banyak peserta yang sebelumnya hanya menggunakan Instagram sebagai galeri foto kini mulai memahami potensi strategisnya untuk membangun merek dan menjangkau pelanggan. Peningkatan pemahaman peserta mengenai citra digital mengindikasikan bahwa workshop berhasil memperkenalkan cara pandang baru terhadap media sosial. Instagram tidak lagi dipahami hanya sebagai media dokumentasi visual, melainkan sebagai sarana strategis untuk membangun persepsi publik terhadap kualitas, profesionalisme, dan identitas komunitas penjahit. Hal ini sejalan dengan konsep citra yang dikemukakan oleh (Keller, 2013), bahwa citra terbentuk dari persepsi yang muncul secara konsisten melalui informasi dan representasi yang diterima publik. Dalam konteks digital, representasi tersebut

diwujudkan melalui konten visual, narasi, serta pola interaksi di media sosial (Saidah, 2023).

Sesi praktik pembuatan konten, baik visual maupun tekstual, menjadi bagian yang paling dinantikan. Peserta aktif mencoba membuat draf caption, merencanakan ide postingan, dan mendiskusikan strategi penggunaan hashtag. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memiliki keinginan kuat untuk meningkatkan kualitas konten mereka. Temuan ini memperkuat pandangan (Alyusi, 2019) yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan pelaku usaha menampilkan identitas dan aktivitas secara dinamis serta membangun hubungan dengan audiens melalui pesan yang relevan dan berkelanjutan.

Sesi tanya jawab yang interaktif juga menjadi ajang bagi peserta untuk berbagi tantangan spesifik yang mereka hadapi, seperti kesulitan mendapatkan foto produk yang menarik atau mengelola interaksi dengan pelanggan secara online. Kondisi ini menguatkan pendapat Kaplan dan Haenlein (2010) bahwa keberhasilan pemanfaatan media sosial tidak hanya ditentukan oleh keberadaan platform, tetapi juga oleh kesiapan literasi digital penggunanya. Tim pelaksana berusaha memberikan solusi praktis dan saran yang dapat langsung diaplikasikan. Meskipun waktu yang tersedia terbatas, peserta terlihat antusias dalam menyerap informasi dan berupaya untuk dapat mengimplementasikannya dalam bisnis mereka masing-masing.

Meskipun demikian, hasil PKM menunjukkan bahwa peserta mulai menyadari pentingnya konsistensi dan keaslian dalam membangun citra digital. Fokus pada proses kerja, kualitas hasil jahitan, serta komunikasi yang jujur dan mudah dipahami dinilai lebih sesuai dengan karakter komunitas dibandingkan pendekatan pemasaran yang terlalu formal. Hal ini sejalan dengan temuan Wijaya dan Putri (2021) yang menekankan bahwa bagi usaha kecil dan komunitas kreatif, citra yang kredibel lebih efektif dibangun melalui konten yang autentik dan relevan dengan realitas pelaku usaha.

Secara keseluruhan, workshop ini berhasil memberikan pemahaman dasar dan keterampilan awal yang dibutuhkan oleh Komunitas Penjahit Kota Tangerang untuk mulai mengoptimalkan keberadaan digital mereka di Instagram. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat menjadi fondasi bagi mitra untuk terus belajar dan mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif di masa mendatang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi keberadaan digital melalui Instagram memiliki peran strategis dalam membangun citra komunitas penjahit Alumni TI Kota Tangerang. Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan terbukti mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai fungsi Instagram tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi sebagai sarana komunikasi, dokumentasi, dan representasi identitas komunitas di ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep citra digital, peran konten visual dan narasi sederhana, serta pentingnya konsistensi dalam pengelolaan media sosial. Peserta mulai mampu

mengidentifikasi aktivitas dan hasil karya menjahit yang dapat ditampilkan sebagai konten komunitas, serta memahami bahwa akun Instagram komunitas berfungsi sebagai representasi kolektif yang mencerminkan nilai, kualitas, dan kebersamaan anggota.

Selain itu, kegiatan ini juga menumbuhkan kesadaran strategis peserta terhadap Instagram sebagai aset jangka panjang dalam memperkuat eksistensi dan daya saing komunitas penjahit. Peserta menunjukkan perubahan sikap dari keraguan dan keterbatasan kepercayaan diri menjadi lebih terbuka dan adaptif terhadap pemanfaatan media digital. Meskipun kemampuan teknis peserta masih berada pada tahap awal, hasil kegiatan ini telah meletakkan fondasi penting bagi pengembangan literasi digital dan pengelolaan citra komunitas secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Aulia, L. (2024). *Implementasi Pemasaran Digital Melalui Instagram Pada UMKM Tahu Bakso Laris* [PhD Thesis, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/52365>
- Djam'an Satori, A. K. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: Penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Halisa, N. N., Rusvitawati, D., & Irwansyah, I. (2025). Transformasi Digital dan Keberlanjutan Usaha Pedagang Pasar Grosir di Kota Banjarmasin. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 118–124.
- Herdiansyah, H. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. https://siper.mmtc.ac.id/index.php?p=show_detail&id=4409&keywords=
- Hidayatullah, S., & Fauzi, A. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi lembaga pendidikan Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 200–212. <https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.2.200-212>
- Keller, K. L. (2013). *Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi inovasi dan pemasaran media sosial untuk meningkatkan keunggulan kompetitif umkm di kota surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58–67. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v6i2.101>
- Muhadjir, N. (1996). *Metodologi penelitian kualitatif*. <http://library.stik-ptik.ac.id:8080/detail?id=8575&lokasi=lokal>
- Muhyi, M. (2018). *Metodologi penelitian*. Adi Buana University Press.
- Nisma Iriani, S. E., Dewi, G. A. K. R. S., Sudjud, S., Talli, A. S. D., MM, S., Surianti, S. P., Adm, M., Setyowati, R. D. N., Lisarani, V., & MM, A. M. (2022). *Metodologi penelitian*. Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Saidah, N. (2023). Citra digital lembaga pendidikan di era media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel*, 5(1), 55–68. <https://doi.org/10.18860/jik.v5i1.19123>

Wijaya, B., & Putri, N. (2021). Tantangan UMKM dalam menghadapi transformasi digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 2(3), 50–62. <https://doi.org/10.34312/jekd.v2i3.1093>