

Implementasi *E-Commerce* Terhadap Efisiensi dan Efektivitas UMKM

Shabrina Qauzilqist^{1*}, Yona Octiani Lestari²

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

E-mail Korespondensi: shabrinaqz19@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 28-05-2025

Revision: 10-06-2025

Published: 02-08-2025

DOI Article:

10.24905/permana.v17i3.858

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi *e-commerce* terhadap efisiensi dan efektivitas operasional UMKM sektor kuliner di Jakarta. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan dari 207 responden UMKM dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui *SmartPLS*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa implementasi *e-commerce* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap efisiensi—seperti pengurangan biaya, penghematan waktu, dan pencatatan transaksi otomatis dan efektivitas, termasuk perluasan jangkauan pasar, peningkatan pengambilan keputusan, dan kepuasan pelanggan. Namun, penelitian ini terbatas pada UMKM di sektor kuliner di Jakarta dan tidak mencakup sektor atau wilayah lain. Penelitian ini memberikan wawasan asli dengan menerapkan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk secara khusus mengevaluasi pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, memberikan implikasi praktis bagi para pelaku UMKM dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan literasi digital dan pemanfaatan *e-commerce* yang strategis.

Kata Kunci: Implementasi *e-commerce*, Efisiensi, Efektivitas, Umkm kuliner, Literasi digital.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of e-commerce implementation on the operational efficiency and effectiveness of culinary sector MSMEs in Jakarta. The research design used is quantitative, using primary data collected from 207 MSME respondents and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) through SmartPLS. The research findings show that e-commerce implementation has a significant positive impact on efficiency such as cost reduction, time savings, and automatic transaction recording—and effectiveness, including expanding market reach, improving decision making, and customer satisfaction. However, this study is limited to MSMEs in the culinary sector in Jakarta and does not cover other sectors or regions. This study provides original insights by applying the Technology Accep-

Acknowledgment

tance Model (TAM) to specifically evaluate the effect of e-commerce adoption on MSME performance, providing practical implications for MSME actors and policy makers to improve digital literacy and strategic use of e-commerce.

Key word: *E-commerce implementation, Efficiency, Effectiveness, Culinary MSMEs, Digital literacy.*

© 2025 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam ekonomi Indonesia, terutama di Jakarta. UMKM adalah solusi bagi masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah. Di samping itu, bisnis yang berkembang memerlukan para pelaku usaha untuk responsif terhadap perkembangan waktu agar dapat tumbuh dengan cepat dan dinamis. Agar bisnis dapat terus berjalan lancar dan berkembang, penting untuk menjaga keberlangsungan lingkungan usaha dan memperluas jaringan untuk meningkatkan kualitas layanan (Wijaya, 2023). Implementasi *e-commerce* di Jakarta memberikan banyak manfaat signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama pada sektor kuliner. Dengan adopsi *teknologi digital*, UMKM di Jakarta mampu meningkatkan efisiensi dalam operasional bisnis, mengurangi biaya, dan memanfaatkan waktu secara lebih optimal. *E-commerce* memungkinkan para pelaku usaha kuliner untuk memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, tidak terbatas pada lokasi fisik. Melalui *platform digital* seperti *marketplace* (Tokopedia, Shopee), aplikasi pengiriman makanan (GrabFood, GoFood), serta media sosial, UMKM dapat menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan.

Dalam era digital sekarang, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan kesempatan baru bagi UMKM untuk memperbaiki kinerja bisnis lewat penggunaan *e-commerce*. *E-commerce* atau perdagangan elektronik, memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka secara online, menjangkau lebih banyak konsumen tanpa batasan lokasi, serta mengurangi biaya yang dibutuhkan untuk membuka toko fisik. Di Jakarta, sebagai ibu kota dan pusat bisnis Indonesia, penerapan *e-commerce* menjadi semakin penting, terutama bagi UMKM kuliner yang menghadapi persaingan ketat di pasar lokal.

Berbagai kemudahan dan keuntungan yang diperoleh dari pemasaran digital ini, mem-

buat bisnis online di Indonesia semakin bertambah, terutama bisnis kuliner di kota-kota. Menurut Sulaiman et al., (2020) Industri Kuliner sedang mengalami perubahan besar terkait dengan *globalisasi* dan *urbanisasi* yang berkelanjutan dan dalam memenuhi kebutuhan yang terus meningkat akan produk-produk individual. Keadaan ini disebabkan oleh kebutuhan masyarakat kota yang semakin berkembang yang sibuk dengan pekerjaan, sehingga lebih memilih untuk memesan makanan dari rumah. Hal ini menciptakan kesempatan bagi pelaku bisnis kuliner untuk memperluas jaringan dan meningkatkan keuntungan mereka (Prapti NSS & Rahoyo, 2019)

Selain dirasakan oleh pelaku UMKM, manfaat transformasi digital juga dirasakan oleh konsumen. Konsumen menjadi lebih mudah dalam menjelajahi berbagai hal dengan memanfaatkan teknologi, seperti mendapatkan informasi tentang barang dan jasa, serta melakukan transaksi jual beli (Rafiah et al., 2019). Lebih lanjut, berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan oleh Natasya Angdika & Soeherman, (2019) para narasumber menyatakan bahwa dengan adanya aplikasi daring seperti Grab dan Gojek, konsumen menjadi lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga saat memesan makanan atau minuman melalui aplikasi tersebut.

Namun, meskipun potensi *e-commerce* sangat besar, masih banyak UMKM kuliner di Jakarta yang belum sepenuhnya memanfaatkan platform ini dengan baik. Beberapa faktor seperti kurangnya pemahaman tentang teknologi digital, keterbatasan infrastruktur, dan kesulitan dalam mengelola logistik serta pembayaran online menjadi tantangan utama yang menghambat adopsi *e-commerce* di kalangan pelaku UMKM kuliner.

Adopsi *e-commerce* oleh UMKM di industri kuliner Jakarta menggunakan pendekatan model penerimaan teknologi (TAM). Model ini dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh pengguna. Penerapan TAM dalam penelitian ini penting karena dapat menjelaskan bagaimana kenyamanan dan manfaat *e-commerce* mempengaruhi niat dan keputusan UMKM untuk mengadopsi *e-commerce*. Di industri kuliner Jakarta, penggunaan *e-commerce* tidak hanya didorong oleh faktor internal seperti kesiapan organisasi dan keterampilan karyawan, namun juga oleh faktor eksternal seperti tekanan persaingan dan kebutuhan konsumen akan layanan yang lebih cepat dan fleksibel. Dengan mengacu pada TAM, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi *e-commerce* tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada sejauh mana UMKM memahami dan nyaman menggunakan

teknologi tersebut. Hal ini menjadi dasar evaluasi efisiensi operasional (penghematan biaya dan waktu) dan efektivitas bisnis (peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan).

Selain itu, meskipun beberapa penelitian menunjukkan adanya dampak positif dari penggunaan *e-commerce*, kebanyakan penelitian masih berfokus pada peningkatan penjualan tanpa mengeksplorasi dampaknya terhadap efisiensi operasional secara keseluruhan. Penelitian ini memiliki persamaan dalam penggunaan variabel *e-commerce* dan metode penelitian kuantitatif seperti yang digunakan oleh penelitian terdahulu. Meski memiliki kesamaan dari segi variabel dan metode, penelitian ini menambahkan nilai kebaruan melalui pengaplikasiannya pada TAM. Penelitian yang mengaplikasikan TAM biasanya hanya membahas hal-hal seperti kemudahan dalam penggunaan dan manfaat teknologi secara umum, tanpa menganalisis lebih jauh tentang bagaimana faktor-faktor ini berdampak pada efisiensi dan efektivitas bisnis dalam konteks UMKM kuliner secara spesifik.

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang diambil berupa data primer. Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data numerik dalam rangka memahami hubungan sebab-akibat serta membuat generalisasi tentang populasi yang lebih luas (Sugiyono, 2019). Dalam hal ini, data mengenai penggunaan *e-commerce* terhadap efisiensi dan efektivitas UMKM akan diukur dan dianalisis menggunakan metode statistik.

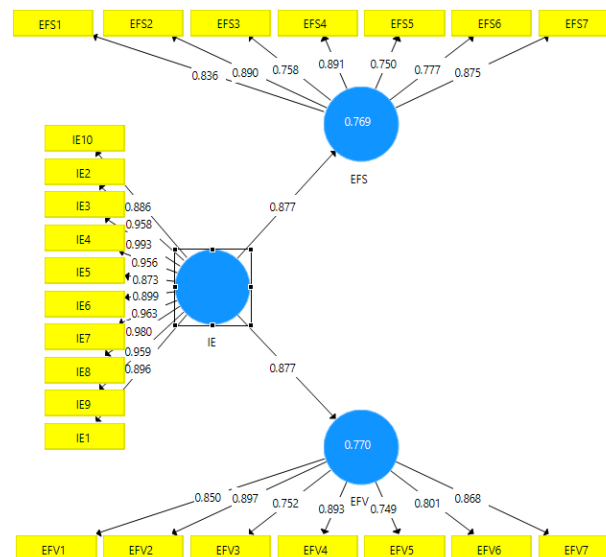
Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengukur sejauh mana sistem informasi akuntansi telah diimplementasikan dan bagaimana pengaruhnya terhadap efisiensi dan efektivitas dalam penggunaan *e-commerce* dengan menggunakan *skala likert* untuk mengukur tanggapan responden. *Skala likert* adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019).

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SEM PLS (*Partial Least Square*) dengan dua model penelitian yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

HASIL

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh implementasi e-commerce terhadap efisiensi dan efektivitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sektor kuliner di Jakarta. Data diperoleh dari 207 responden UMKM kuliner di Jakarta melalui kuesioner yang disebar-kan secara langsung dan daring. Analisis data dilakukan menggunakan *SmartPLS* 3 untuk menguji model struktural dan pengujian hipotesis.

Gambar 1. Hasil Uji *Convergent Validity*



Sumber: Output SmartPLS, 2025

Gambar di atas menunjukkan hasil uji validitas konvergen (*Convergent Validity*). Dalam diagram ini, terlihat tiga konstruk utama yaitu EFS, IE, dan EF yang masing-masing diukur dengan beberapa indikator (EFS1 sampai EFS7, IE1 sampai IE10, serta EFV1 sampai EFV7). Nilai *loading* indikator pada konstruk EFS, IE, dan EF semuanya berada di atas 0,7, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut valid secara konvergen. Hasil ini mengindikasikan bahwa konstruk-konstruk dalam model memiliki kemampuan yang baik dalam mengukur variabel laten yang dimaksud dan mendukung validitas *konvergen model* penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Efisiensi (EFS)	0.769	0.768
Efektivitas (EFV)	0.770	0.768

Sumber: Output SmartPLS, 2025

Berdasarkan hasil pengujian model struktural, nilai R-Square untuk variabel efisiensi adalah 0.769 dan untuk variabel efektivitas sebesar 0.770, yang menunjukkan bahwa model

dapat menjelaskan sekitar 77% variasi pada efisiensi dan efektivitas UMKM. Nilai ini mengindikasikan kekuatan hubungan model yang sangat baik dan relevan dalam konteks penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji *Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>AVE</i>
Efisiensi UMKM (EFS)	0.922	0.927	0.938	0.685
Efektivitas UMKM (EFV)	0.925	0.929	0.940	0.692
Implementasi E-Commerce (IE)	0.984	0.985	0.986	0.878

Sumber: Output SmartPLS, 2025

Uji reliabilitas menunjukkan nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* untuk semua konstruk melebihi batas minimal (0.70 untuk *composite reliability* dan 0.60 untuk *Cronbach's alpha*), yang berarti instrumen pengukuran konsisten dan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
IE -> EFS	0.877	0.878	0.021	41.462	0.000
IE -> EFV	0.877	0.878	0.021	41.405	0.000

Sumber: Output SmartPLS, 2025

Pengujian hipotesis melalui *bootstrapping* menghasilkan nilai *path coefficient* sebesar 0.877 untuk pengaruh implementasi *e-commerce* terhadap efisiensi, dengan nilai *T-Statistic* 41.462 dan *P-Value* 0.000, serta nilai yang sama untuk pengaruh terhadap efektivitas dengan *T-Statistic* 41.405 dan *P-Value* 0.000. Hal ini menandakan bahwa implementasi *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan yang sangat kuat terhadap efisiensi dan efektivitas UMKM di sektor kuliner Jakarta.

Indikator efisiensi yang paling dominan mencakup kemudahan penyusunan laporan keuangan, pengurangan biaya operasional, dan otomatisasi pencatatan transaksi melalui integrasi pembayaran digital dan pengelolaan stok secara real-time. Sedangkan indikator efektivitas meliputi peningkatan volume penjualan, kepuasan pelanggan, kecepatan layanan, dan kualitas pengambilan keputusan manajerial yang lebih baik. Hasil penelitian dari indikator variabel tersebut diantaranya sebagai berikut:

Implementasi *E-Commerce* terhadap Efisiensi UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Implementasi *E-Commerce* (IE) berpengaruh signifikan terhadap Efisiensi UMKM (EFS). Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa, ketika pemilik usaha kuliner di Jakarta memiliki persepsi bahwa semakin baik pelaksanaan *e-commerce* yang diterapkan UMKM, maka semakin efisien pula proses bisnis yang dijalankan. Integrasi ini mengurangi waktu dan tenaga yang dibutuhkan dalam proses manual, sehingga UMKM dapat melakukan pengelolaan bisnis dengan biaya dan sumber daya yang lebih efisien. menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *e-commerce* membantu mereka mencatat dan menyusun laporan secara otomatis. Fitur-fitur seperti pencatatan transaksi otomatis, integrasi pembayaran digital (*e-wallet*, *transfer bank*, *QRIS*), hingga pengelolaan stok secara real-time melalui *platform e-commerce* menjadi faktor kunci dalam peningkatan efisiensi. Efisiensi ini juga membantu pelaku usaha mengurangi beban kerja administratif, menghemat waktu, dan menurunkan potensi kesalahan pencatatan yang sering terjadi pada sistem manual. Efisiensi yang meningkat juga akan memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM dalam menghadapi pasar yang semakin dinamis dan kompetitif. Tetapi, ada juga pelaku UMKM kuliner yang masih belum merasakan manfaat dari penggunaan *e-commerce*, sehingga mereka menganggap *e-commerce* setelah diterapkan tidak memberikan manfaat kepada usahanya. Hal tersebut dikarenakan mereka belum memahami secara mendalam tentang manfaat dari *e-commerce*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang memiliki dua konstruk utama, salah satunya yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan sesuai juga dengan teori *Technology Organization and Environment* (TOE) dimana dalam konteks teknologinya terdapat konstruk persepsi manfaat dan keuntungan relative. Yang mana dalam teori ini mengatakan bahwa untuk menentukan penerimaan sistem teknologi seperti *e-commerce* sangat penting apabila para pelaku UMKM sudah meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan mendapatkan manfaatnya sehingga dapat meningkatkan kinerjanya.

Implementasi *E-Commerce* terhadap Efektivitas UMKM

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa, implementasi *e-commerce* mampu meningkatkan efektivitas usaha melalui kemudahan analisis data, peningkatan layanan pelanggan, serta kecepatan respons terhadap permintaan pasar. Namun, untuk hasil yang optimal,

pelaku UMKM perlu diberikan pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan platform e-commerce secara strategis, agar efektivitas bisnis tidak hanya meningkat di aspek internal (keputusan manajemen) tetapi juga pada aspek *eksternal* seperti ekspansi pasar dan loyalitas pelanggan. Namun demikian, peran *e-commerce* tetap penting dalam mendorong efektivitas bisnis. Fitur-fitur seperti data analitik penjualan, laporan biaya produksi, laporan anggaran, serta *feedback* pelanggan membantu UMKM dalam mengevaluasi kinerja usaha dan melakukan perbaikan yang berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang memiliki dua konstruk utama yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dimana dengan adanya efektivitas UMKM para pelaku UMKM merasa bahwa penggunaan teknologi *e-commerce* dapat membantu meningkatkan kinerja usaha seperti, mempercepat proses transaksi, mengelola data pelanggan dan mempermudah pemasaran. Hal ini meningkatkan efektivitas usaha dalam hal pengambilan keputusan yang lebih baik dan peningkatan daya saing. Yang kedua yaitu persepsi kemudahan system (*perceived ease of use*) dimana jika teknologi mudah digunakan, pelaku UMKM tidak mengalami hambatan dalam operasional, sehingga mereka dapat fokus pada pengembangan usaha dan pelayanan pelanggan. Hal ini berujung pada peningkatan efektivitas penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Meilisa Amalia (2023) dan Sarwar (2023) yang menyatakan bahwa adopsi *e-commerce* berdampak positif signifikan terhadap kinerja UMKM, khususnya dalam peningkatan efisiensi operasional dan efektivitas strategi bisnis. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa masih terdapat beberapa pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami manfaat *e-commerce*, sehingga perlu peningkatan literasi digital dan pelatihan untuk memaksimalkan manfaat teknologi ini.

Dari sisi praktis, peningkatan efisiensi dan efektivitas yang diperoleh melalui *e-commerce* memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM di pasar yang semakin dinamis dan digital. Pelaku usaha dapat mempercepat proses transaksi, memperbaiki akurasi pencatatan keuangan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan dengan layanan yang lebih cepat dan transparan. Namun, keberhasilan ini membutuhkan dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan lain dalam bentuk pelatihan intensif dan kebijakan yang memfasilitasi digitalisasi UMKM.

Secara teori, hasil ini memperkaya literatur mengenai dampak teknologi digital terhadap

kinerja UMKM, sekaligus mengkonfirmasi relevansi model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Technology Organization and Environment* (TOE) dalam konteks implementasi *e-commerce* di sektor kuliner yang memiliki karakteristik unik terkait kebutuhan fleksibilitas layanan dan pengelolaan operasional.

SIMPULAN

Penelitian ini mengkaji pengaruh implementasi *e-commerce* terhadap efisiensi dan efektivitas Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya pada sektor kuliner di Kota Jakarta. Dengan menggunakan metode analisis *SmartPLS 3* dan melibatkan 207 responden pelaku UMKM di wilayah tersebut, penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa penerapan *e-commerce* memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kedua aspek kinerja usaha tersebut. Artinya, semakin optimal implementasi *e-commerce* dalam aktivitas bisnis UMKM, maka semakin efisien proses operasional yang dijalankan, serta semakin efektif UMKM dalam menjangkau pasar dan mengambil keputusan bisnis strategis.

Implikasi dari temuan ini sangat penting bagi pelaku UMKM di Jakarta, terutama di sektor kuliner, untuk terus meningkatkan pemahaman dan kemampuan dalam memanfaatkan *platform e-commerce* secara menyeluruh. Tidak hanya untuk transaksi jual beli, tetapi juga dalam mengelola inventaris, menganalisis data penjualan, dan menyusun strategi pemasaran digital yang dapat mendorong peningkatan efisiensi dan efektivitas usaha. Selain itu, peran pemerintah juga sangat krusial dalam memberikan pelatihan dan pendampingan yang intensif bagi UMKM, terutama mereka yang baru mengenal teknologi digital. Program-program tersebut sebaiknya difokuskan pada peningkatan literasi digital dan pemahaman manfaat integrasi *e-commerce* dengan sistem manajemen usaha agar UMKM dapat memaksimalkan teknologi tersebut.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan. Sampel penelitian hanya mencakup UMKM di sektor kuliner dan wilayah Jakarta, sehingga belum merepresentasikan kondisi UMKM di seluruh Indonesia atau sektor usaha lain. Selain itu, variabel yang digunakan sebagai faktor independen dalam penelitian ini masih terbatas, sehingga ada ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas cakupan geografis dan sektor usaha, serta menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM, seperti faktor organisasi, lingkungan bisnis, dan karakteristik demografis pelaku usaha. Dengan langkah ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gam-

baran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai pengaruh teknologi digital terhadap kinerja UMKM secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Meilisa A, M. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Laporan Keuangan, Efektivitas Pengambilan Keputusan terhadap Kinerja UMKM Di Jakarta. In Jurnal Akuntansi dan Keuangan West Science (Vol. 2, Issue 02). <https://doi.org/10.58812/jakws.v2i02.362>
- Natasya A, A., & Soherman, B. (2019). Pemodelan Bisnis Untuk Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (Ukm) Di Bidang Kuliner Pada Era Revolusi Industri 4.0 (Vol. 2). 2. p. 33. ISSN 2622-0520
- Prapti NSS, Rr. L., & Rahoyo, R. (2019). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang. Jurnal Dinamika Sosial Budaya, 20(2), 120. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v20i2.1243>
- Rafiah, K. K. , & K. D. H. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 2(1). <http://dx.doi.org/10.36778/jesya.v2i1.45>
- Sarwar, A., Tareq, M. A., Siddika, A., & Seng, V. O. K. (2023). Effectiveness of E-Commerce Platform Among Millennials During Pandemic. Journal of System and Management Sciences, 13(4), 433–446. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2023.0426>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung:Alfabeta Bandung
- Sulaiman, E., Derbani, A., & Adawiyah, W. (2020, October 16). Digital Marketing in Culinary Tourism : A Case of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301123>
- Wijaya, R. S. , R. M. N. & M. E. (2023). Digitalisasi Akuntansi Bagi Pelaku Umkm Di Lubuk Minturun. Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas, 02(01), 40–44. <https://doi.org/10.47233/jpmda.v2i1.707>