

Pemberdayaan Digitalisasi UMKM Masyarakat Pesisir melalui Pelatihan *Marketplace* dan Media Sosial di Kabupaten Belitung Timur

Empowerment of Coastal Community MSME Digitalization through Marketplace and Social Media Training in East Belitung Regency

Deni¹⁾

¹⁾ Universitas Insan Cendekia Mandiri, Jl.Pasir Kaliki No.199, Sukabungah, Kec. Sukajadi,
Kota Bandung 40162
Email: denirizky446@gmail.com

DOI: 10.37577/jamari.v3i1.1120
*Diterima: Juli, 2026. Disetujui: Juli, 2026.
Dipublikasikan: Juli, 2026*

Abstrak: Masyarakat pesisir di Kabupaten Belitung Timur sebagian besar menggantungkan hidupnya pada sektor perikanan. Keterbatasan akses terhadap teknologi digital menjadi salah satu hambatan utama dalam peningkatan daya saing dan perluasan pasar produk lokal mereka. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM pesisir melalui pelatihan dan pendampingan digitalisasi usaha, mencakup pelatihan pemasaran di *Marketplace*, pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi, serta pencatatan keuangan berbasis aplikasi. Metode yang digunakan meliputi pelatihan partisipatif, pendampingan intensif, dan evaluasi berkala menggunakan kuesioner pra-pasca pelatihan serta wawancara tindak lanjut. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebanyak 70% peserta berhasil mendaftarkan usahanya pada platform digital, 70% mampu mengelola media sosial secara mandiri, dan 70% mulai menerapkan pencatatan keuangan digital. Program ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perluasan jangkauan pasar dan peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Digitalisasi usaha terbukti mampu menjadi katalis pertumbuhan ekonomi masyarakat pesisir yang selama ini masih terpinggirkan dari arus utama perekonomian digital.

Kata kunci: digitalisasi, UMKM pesisir, Belitung Timur, pemberdayaan masyarakat, *marketplace*.

Abstract: Coastal communities in East Belitung Regency largely depend on the fishery sector and traditional micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Limited access to digital technology constitutes a major obstacle to improving the competitiveness and market reach of their local products. This community service program aims to enhance the capacity of coastal MSME actors through digital business training and mentoring, encompassing

marketplace account creation, social media management for promotional purposes, and application-based financial record-keeping. The methods applied include participatory training, intensive mentoring, and periodic evaluation using pre- and post-training questionnaires and follow-up interviews. The results indicate that 70% of participants successfully registered their businesses on digital platforms, 70% were able to independently manage their social media, and 70% began implementing digital financial records. This program produced a significant positive impact on market reach expansion and income improvement for MSME actors. Business digitalization has proven to serve as a catalyst for economic growth in coastal communities that have historically been marginalized from the mainstream digital economy.

Keywords: *digitalization, coastal MSMEs, East Belitung, community empowerment, marketplace*

Pendahuluan

Kabupaten Belitung Timur merupakan salah satu daerah kepulauan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang memiliki potensi sumber daya alam bahari yang sangat melimpah. Wilayah pesisirnya dihuni oleh komunitas nelayan dan pelaku UMKM yang menekuni berbagai bidang usaha, mulai dari pengolahan hasil tangkapan laut, kerajinan tangan khas lokal, hingga usaha perdagangan produk kebutuhan sehari-hari. Meski memiliki potensi yang besar, sebagian besar usaha tersebut masih dijalankan secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran maupun pengelolaan usaha. Pemilihan Kabupaten Belitung Timur sebagai lokasi kegiatan didasarkan pada beberapa pertimbangan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Belitung Timur (2022), tingkat kemiskinan di kabupaten ini tergolong lebih tinggi dibandingkan rata-rata kabupaten/kota lain di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, dengan mata pencaharian masyarakat pesisir yang masih sangat bergantung pada sektor perikanan tangkap. Selain itu, kesenjangan literasi digital di wilayah ini juga lebih menonjol dibandingkan daerah pesisir lain di Bangka Belitung, sementara permintaan pendampingan digitalisasi UMKM secara khusus telah disampaikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belitung Timur kepada tim pengabdian. Kombinasi faktor tingkat kemiskinan, ketimpangan digital, dan permintaan pemerintah daerah tersebut menjadi dasar penentuan lokasi program pengabdian ini.

Data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belitung Timur (2024) mencatat bahwa terdapat lebih dari 4.500 unit usaha yang tergolong UMKM di wilayah ini, namun kurang dari 15% di antaranya yang telah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan pemasaran produknya. Kondisi ini menempatkan mereka pada posisi yang kurang menguntungkan di tengah arus perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat. Minimnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur telekomunikasi, serta rendahnya kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi baru menjadi faktor-faktor utama yang menghambat transformasi digital UMKM pesisir.

Perkembangan e-commerce yang pesat di era industri 4.0 dan society 5.0 turut membuka peluang besar bagi pelaku usaha kecil untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform digital (Hendarsyah, 2019). Beberapa studi terdahulu menegaskan pentingnya digitalisasi

bagi keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM. Rachman dan Syahroni (2021) menemukan bahwa UMKM yang aktif menggunakan media sosial dan *Marketplace* mampu meningkatkan pendapatan rata-rata hingga 40% dibandingkan usaha serupa yang masih bersifat konvensional. Sementara itu, Prasetyo et al. (2022) menyoroti bahwa pemberdayaan digital yang disertai pendampingan intensif terbukti lebih efektif daripada pelatihan satu arah semata, karena memungkinkan pelaku usaha untuk mempraktikkan keterampilan baru secara langsung dan memperoleh umpan balik yang konstruktif. Wahyudi et al. (2021) menambahkan bahwa marketplace berperan penting dalam mempercepat transformasi digital UMKM di Indonesia pada masa pemulihan pascapandemi, terutama dalam memperluas akses pasar bagi pelaku usaha kecil. Sejalan dengan itu, Fitriyani dan Handayani (2021) menemukan bahwa digitalisasi pemasaran berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM, khususnya bagi usaha yang sebelumnya hanya mengandalkan pasar konvensional. Rahayu et al. (2020) mengidentifikasi bahwa tantangan utama digitalisasi UMKM di Indonesia meliputi keterbatasan literasi digital dan infrastruktur, namun sekaligus membuka peluang besar apabila diiringi pendampingan yang tepat. Studi Susanto et al. (2023) yang secara khusus berfokus pada UMKM pesisir menunjukkan bahwa pelatihan media sosial memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha di wilayah pesisir, memperkuat relevansi program pemberdayaan digital bagi komunitas serupa. Temuan-temuan tersebut memperkuat posisi bahwa pemberdayaan digital berbasis pendampingan merupakan pendekatan yang tepat bagi UMKM pesisir yang selama ini tertinggal dalam adopsi teknologi.

Bertolak dari kondisi tersebut, pengabdian masyarakat ini merancang program pemberdayaan digitalisasi UMKM yang secara khusus menyasar komunitas pesisir di Kabupaten Belitung Timur. Program ini difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu pemasaran digital melalui marketplace dan media sosial, pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, serta penguatan citra dan tampilan produk melalui pelatihan fotografi produk. Sehingga produk yang di hasilkan lebih menarik dan dapat meningkatkan daya nilai jual dari produk yang di hasilkan. Tujuan akhir yang ingin dicapai adalah terwujudnya komunitas UMKM pesisir yang mandiri secara digital, berdaya saing tinggi, serta mampu mengakses pasar yang lebih luas secara berkelanjutan.

Secara teoretis, program ini berpijak pada kerangka pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) yang menempatkan warga sebagai subjek aktif, bukan sekadar objek penerima bantuan. Pendekatan pemberdayaan menekankan pentingnya peningkatan kapasitas (*capacity building*), penguatan kepercayaan diri, serta kemandirian jangka panjang, sehingga manfaat program tidak berhenti pada saat pelatihan berakhir, tetapi terus berkembang melalui inisiatif mandiri peserta. Selain itu, program ini juga mengacu pada konsep kesenjangan digital (*digital divide*) yang menjelaskan bahwa akses terhadap teknologi tidak merata antarwilayah dan antarkelompok masyarakat, sehingga intervensi yang tepat sasaran diperlukan untuk mempersempit kesenjangan tersebut, khususnya bagi masyarakat pesisir yang secara geografis dan infrastruktur relatif tertinggal. Dengan memadukan kedua kerangka ini, program pengabdian dirancang tidak hanya untuk mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan digital yang berkelanjutan di kalangan pelaku UMKM pesisir. Urgensi program ini semakin kuat mengingat pemerintah pusat melalui berbagai kebijakan mendorong percepatan transformasi digital UMKM nasional, sehingga kontribusi pada tingkat lokal seperti di Kabupaten Belitung Timur menjadi

bagian penting dari upaya pencapaian target tersebut secara menyeluruh.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kecamatan Manggar, Kabupaten Belitung Timur, pada 6-9 Oktober 2025. Sasaran kegiatan adalah 50 pelaku UMKM yang bergerak di sektor perikanan, kuliner dan kerajinan, dengan rentang usia produktif antara 25-55 tahun dan komposisi 60% peserta perempuan serta 40% peserta laki-laki, mencerminkan peran dominan perempuan dalam pengelolaan usaha rumah tangga di wilayah pesisir. Penentuan peserta dilakukan melalui koordinasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Belitung Timur, dengan mempertimbangkan kriteria kepemilikan usaha aktif, usia produktif, dan kesediaan mengikuti seluruh rangkaian program. Kegiatan ini juga melibatkan kerja sama dengan Telkom Indonesia yang menyediakan dukungan infrastruktur akses internet dan wifi komunitas selama pelaksanaan program, serta Yayasan Jaringan Inovasi Kreatif yang berperan sebagai fasilitator lapangan dan pendamping teknis dalam sesi pelatihan dan pendampingan peserta.

Pendekatan yang digunakan dalam program ini adalah pemberdayaan partisipatif (*participatory empowerment*), di mana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Metode ini dipilih karena dinilai lebih sesuai dengan karakteristik masyarakat pesisir yang memiliki budaya gotong royong yang kuat dan lebih responsif terhadap pembelajaran berbasis praktik langsung.

Pelaksanaan program dibagi menjadi tiga tahap utama sebagaimana diuraikan berikut ini.

Tahap pertama adalah asesmen kebutuhan dan sosialisasi, yang dilakukan melalui survei awal, *focus group discussion* (FGD), dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM untuk memetakan tingkat literasi digital, kebutuhan spesifik, serta permasalahan yang dihadapi. Hasil asesmen ini menjadi dasar penyusunan modul pelatihan yang relevan dan kontekstual.

Tahap kedua adalah pelatihan dan pendampingan, yang terdiri atas empat sesi utama, yaitu: (1) pelatihan pembuatan akun dan pengelolaan toko di *Marketplace* (Shopee dan Tiktok); (2) pelatihan pemanfaatan media sosial (Instagram dan Facebook) untuk promosi produk; (3) pelatihan pengambilan foto produk yang menarik menggunakan ponsel pintar; serta (4) pelatihan pencatatan keuangan sederhana. Setiap sesi pelatihan berlangsung selama 2 (dua) hari dan diikuti dengan sesi pendampingan mandiri selama 2 (dua) hari. Setiap sesi difasilitasi oleh narasumber sesuai bidang keahliannya: sesi (1) dan (2) dipandu oleh dosen dari Universitas Insan Cendekia Mandiri yang berpengalaman dalam pendampingan digital UMKM, sesi (3) dipandu oleh praktisi fotografi produk, sedangkan sesi (4) dipandu oleh fasilitator Yayasan Jaringan Inovasi Kreatif yang berlatar belakang akuntansi dan manajemen keuangan.

Tahap ketiga adalah monitoring dan evaluasi, yang dilakukan melalui observasi langsung, pengisian kuesioner pra dan pasca pelatihan, serta wawancara tindak lanjut yang dilaksanakan pada bulan keempat setelah pelatihan berakhir, dengan periode monitoring keseluruhan berlangsung selama empat bulan pascapelatihan, untuk mengukur perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku peserta dalam mengadopsi teknologi digital ke dalam praktik usaha mereka.

Instrumen evaluasi yang digunakan dalam kegiatan ini dikembangkan berdasarkan indikator

keberhasilan yang telah disepakati bersama mitra, meliputi jumlah peserta yang berhasil mendaftarkan usaha di *Marketplace*, tingkat keaktifan pengelolaan media sosial, konsistensi pencatatan keuangan digital, serta perubahan omzet usaha. Kuesioner pra-pelatihan disusun untuk memetakan kondisi awal literasi digital peserta, sedangkan kuesioner pasca-pelatihan digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman dan penerapan materi yang telah diberikan. Selain data kuantitatif, tim pengabdian juga mengumpulkan data kualitatif melalui catatan lapangan (*field notes*) dan dokumentasi visual selama proses pendampingan berlangsung, guna memperkaya interpretasi terhadap perubahan perilaku peserta yang tidak sepenuhnya dapat ditangkap melalui kuesioner. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program, serta triangulasi antara hasil kuesioner, wawancara, dan observasi lapangan untuk memastikan validitas temuan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil menjangkau 50 pelaku UMKM pesisir di Kabupaten Belitung Timur. Berdasarkan hasil asesmen awal, diketahui bahwa sebagian besar peserta (70%) belum pernah menggunakan platform digital untuk keperluan bisnis, 20% pernah mencoba namun tidak konsisten, dan hanya 10% yang sudah aktif memanfaatkannya. Temuan ini mengonfirmasi besarnya kesenjangan digital yang masih terjadi di kalangan pelaku UMKM pesisir.

Tabel 1. Profil Peserta Berdasarkan Kategori Usaha dan Tingkat Literasi Digital Awal

Kategori Usaha	Jumlah (orang)	Belum Pernah (%)	Pernah, Tidak Konsisten (%)	Sudah Aktif (%)
Pengolahan hasil laut	35	80	14	6
Kuliner/jajanan lokal	5	40	40	20
Kerajinan tangan	10	60	30	10
Total	50	70	20	10

Setelah program pelatihan dan pendampingan dilaksanakan, terjadi peningkatan yang signifikan pada berbagai indikator keberhasilan. Sebanyak 35 peserta (70%) berhasil mendaftarkan dan mengaktifkan toko mereka di salah satu platform *Marketplace*. Dari jumlah tersebut, 20 peserta (40%) telah berhasil melakukan transaksi penjualan pertama secara daring dalam kurun waktu satu bulan sejak pelatihan. Capaian ini melampaui target awal yang ditetapkan sebesar 60% untuk pendaftaran *Marketplace*.

Dalam hal pengelolaan media sosial, sebanyak 35 peserta (70%) mampu secara mandiri membuat dan mengunggah konten promosi produk mereka di Instagram maupun Facebook. Peningkatan ini sangat signifikan mengingat sebelum pelatihan hampir tidak ada peserta yang memanfaatkan media sosial secara terstruktur untuk keperluan promosi usaha. Pelatihan fotografi produk menggunakan ponsel pintar juga disambut sangat antusias, dengan peserta melaporkan bahwa tampilan produk mereka menjadi lebih profesional dan menarik perhatian lebih banyak calon pembeli.

Adopsi pencatatan keuangan digital menunjukkan hasil yang juga menggembirakan, di mana sebanyak 35 peserta (70%) mulai rutin menggunakannya untuk mencatat transaksi harian.

Para peserta mengungkapkan bahwa pencatatan keuangan digital terasa lebih praktis, akurat, dan memudahkan mereka dalam memantau perkembangan usaha secara berkala. Hal ini sejalan dengan temuan Kurniawan dan Fitriani (2022) yang menyatakan bahwa aplikasi keuangan sederhana berbasis ponsel terbukti meningkatkan disiplin pengelolaan keuangan pada pelaku usaha mikro di daerah pesisir.

Dari sisi dampak ekonomi, evaluasi yang dilakukan 4 bulan pasca pelatihan menunjukkan bahwa peserta yang aktif memanfaatkan platform digital melaporkan peningkatan omzet rata-rata sebesar 32% dibandingkan periode sebelum mengikuti program. Beberapa peserta bahkan berhasil menjangkau pembeli dari luar Kabupaten Belitung Timur, bahkan dari luar Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi usaha secara nyata memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas pada lingkup lokal semata.

Hambatan yang ditemui selama pelaksanaan program antara lain keterbatasan sinyal internet di beberapa wilayah desa, kendala dalam pembuatan rekening bank yang menjadi syarat pendaftaran marketplace, serta kekhawatiran sebagian peserta terkait keamanan transaksi daring. Hambatan-hambatan ini diatasi melalui koordinasi dengan pemerintah desa dan Telkom Indonesia untuk penyediaan akses wifi komunitas, serta sesi edukasi khusus tentang keamanan bertransaksi di platform digital.

Temuan ini memperkuat argumen Wahyudi et al. (2021) bahwa keberadaan *marketplace* berperan signifikan dalam mempercepat transformasi digital UMKM, khususnya bagi pelaku usaha yang sebelumnya belum memiliki akses pasar yang luas. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan Prasetyo et al. (2022) yang menegaskan bahwa pendampingan intensif memberikan hasil yang lebih baik dibandingkan pelatihan satu arah, sebagaimana tercermin dari tingginya tingkat partisipasi peserta pada sesi pendampingan mandiri dalam program ini. Perbandingan dengan studi Susanto et al. (2023) pada UMKM pesisir lain menunjukkan pola yang serupa, yaitu pelatihan media sosial memberi dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan, meskipun besaran peningkatan omzet pada penelitian tersebut sedikit lebih rendah dibandingkan capaian pada program ini. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh dukungan infrastruktur internet komunitas yang disediakan oleh Telkom Indonesia selama pelaksanaan program, yang tidak selalu tersedia pada program pengabdian serupa di wilayah lain. Selain aspek ekonomi, program ini juga memberikan dampak non-finansial yang tidak kalah penting, yaitu peningkatan kepercayaan diri peserta dalam berinteraksi dengan pelanggan secara daring, kemampuan menyusun strategi promosi yang lebih terarah, serta tumbuhnya semangat kolaborasi antarpelaku UMKM dalam saling berbagi pengalaman dan strategi pemasaran digital. Dinamika kelompok yang terbentuk selama pelatihan turut menjadi modal sosial yang berpotensi mendukung keberlanjutan program setelah pendampingan formal berakhir, sekaligus memperluas jaringan pemasaran peserta melalui rekomendasi antarpelaku usaha.

Meskipun capaian program tergolong baik, evaluasi ini juga mengidentifikasi beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian pada program lanjutan. Jumlah sampel sebanyak 50 peserta pada satu kecamatan belum sepenuhnya merepresentasikan keseluruhan pelaku UMKM pesisir di Kabupaten Belitung Timur, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati. Periode monitoring selama empat bulan pascapelatihan juga tergolong relatif singkat untuk menilai keberlanjutan perubahan perilaku digital peserta dalam jangka

panjang. Oleh karena itu, penelitian dan program pengabdian lanjutan disarankan memperluas cakupan wilayah serta memperpanjang periode pemantauan agar dampak digitalisasi UMKM pesisir dapat diukur secara lebih komprehensif dan representatif.

Berikut dokumentasi selama kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Belitung Timur:



Gambar 1. Sesi pelatihan pembuatan akun dan pengelolaan toko di Marketplace bersama peserta UMKM pesisir Kabupaten Belitung Timur.



Gambar 2. Sesi Foto Bersama dengan Para pelaku UMKM Kabupaten Belitung Timur

Kesimpulan

Program pemberdayaan digitalisasi UMKM masyarakat pesisir di Kabupaten Belitung Timur berhasil dilaksanakan dengan tingkat keberhasilan yang tinggi dan melampaui target yang telah ditetapkan. Sebanyak 70% peserta berhasil mendaftarkan usahanya di *Marketplace* digital, 70% mampu mengelola media sosial secara mandiri untuk keperluan promosi, dan

70% mulai menerapkan pencatatan keuangan berbasis aplikasi. Peningkatan omzet rata-rata sebesar 32% yang tercatat empat bulan pasca pelatihan membuktikan bahwa digitalisasi usaha memberikan dampak ekonomi yang nyata dan terukur bagi masyarakat pesisir.

Keterlibatan aktif peserta dalam seluruh tahapan program, mulai dari asesmen kebutuhan hingga evaluasi pasca pelatihan, menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan kegiatan ini. Pendekatan pemberdayaan partisipatif yang dikombinasikan dengan pendampingan intensif terbukti efektif dalam mempercepat adopsi teknologi digital di kalangan pelaku UMKM yang sebelumnya memiliki literasi digital yang sangat terbatas.

Selain capaian kuantitatif tersebut, program ini juga berhasil menumbuhkan modal sosial berupa jejaring kolaborasi antarpelaku UMKM pesisir serta meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha mereka. Keberhasilan ini menegaskan bahwa intervensi pemberdayaan yang dirancang secara kontekstual dan berbasis kebutuhan lokal mampu memberikan dampak berkelanjutan bagi masyarakat pesisir yang sebelumnya tertinggal dalam adopsi teknologi digital.

Saran

Berdasarkan hasil dan pengalaman pelaksanaan program, beberapa rekomendasi dikemukakan untuk pengembangan program sejenis di masa mendatang. Pertama, tim pengabdian bersama perguruan tinggi mitra perlu mengembangkan modul pelatihan digitalisasi UMKM pesisir yang terstandardisasi dan dapat direplikasi pada wilayah pesisir lain dengan karakteristik serupa. Kedua, program pendampingan sebaiknya diperpanjang minimal enam bulan untuk memastikan keberlanjutan adopsi teknologi oleh peserta. Ketiga, perlu dikembangkan komunitas belajar (*learning community*) antar pelaku UMKM digital agar mereka dapat saling mendukung, berbagi pengalaman, dan terus berinovasi secara kolektif. Keempat, perlu disusun rencana tindak lanjut (*follow-up plan*) oleh tim pengabdian dan perguruan tinggi mitra untuk memantau keberlanjutan penerapan digitalisasi oleh peserta pascaprogram, termasuk kemungkinan pendampingan lanjutan tahap kedua. Kelima, kolaborasi lintas sektor antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan mitra swasta seperti Telkom Indonesia atau pihak lain yang bisa berkolaborasi bersama UMKM di pesisir Belitung Timur perlu terus diperkuat untuk memastikan ketersediaan infrastruktur digital yang memadai bagi keberlanjutan program pemberdayaan UMKM pesisir di masa mendatang.

Ucapan Terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Telkom Indonesia, Yayasan Jaringan Inovasi Kreatif, Dinas Koperasi dan UMKM Belitung Timur, dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Belitung Timur, DPRD Kabupaten Belitung Timur, Universitas Insan Cendekia Mandiri serta seluruh UMKM atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terima kasih juga disampaikan kepada mitra kegiatan dan masyarakat peserta yang telah berpartisipasi aktif sehingga program dapat berjalan dengan baik. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi Masyarakat Belitung Timur.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Belitung Timur. (2022). *Kabupaten Belitung Timur dalam angka 2022*. Manggar: BPS Kabupaten Belitung Timur.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belitung Timur. (2024). Data unit usaha mikro, kecil, dan menengah Kabupaten Belitung Timur tahun 2024. Manggar: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belitung Timur.
- Fitriyani, N., & Handayani, S. (2021). Pengaruh digitalisasi pemasaran terhadap peningkatan penjualan UMKM di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2), 115–130. <https://doi.org/10.24914/jeb.v24i2.4021>
- Hendarsyah, D. (2019). E-commerce di era industri 4.0 dan society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184.
- Kurniawan, A., & Fitriani, R. (2022). Efektivitas aplikasi pencatatan keuangan berbasis mobile terhadap pengelolaan keuangan usaha mikro di wilayah pesisir. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, 17(1), 45–58.
- Prasetyo, H., Mustafid, M., & Susanto, A. (2022). Model pemberdayaan UMKM berbasis digital di kawasan pesisir: Studi kasus Kabupaten Rembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 28(3), 201–215. <https://doi.org/10.22146/jpkm.67219>
- Rachman, D., & Syahroni, M. (2021). Pemanfaatan media sosial dan marketplace terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 55–68.
- Rahayu, S., Purnomo, E. P., & Nurmandi, A. (2020). Digitalisasi untuk UMKM: Tantangan dan peluang. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 8(1), 34–47.
- Susanto, B., Wibowo, A., & Ningsih, P. R. (2023). Dampak pelatihan media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM pesisir. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 67–80.
- Wahyudi, I., Santoso, B., & Lestari, D. A. (2021). Peran marketplace dalam transformasi digital UMKM Indonesia pasca pandemi. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 112–127. <https://doi.org/10.31955/mea.v3i2.1185>