



Pengembangan Inovasi dengan Peningkatan *Branding* Usaha dan Pembukuan Secara Digitalisasi pada Pelaku UMKM “AA Bakery And Cake” di Kelurahan Mekarsari

Development of Innovation by Increasing Business Branding and Digitalized Bookkeeping for “AA Bakery and Cake” MSMEs in Mekarsari Sub-district

Dewi Sartika^{1*}, Maharani Syahputri², Lamria Siregar³, Puput Halimatusa’diah⁴

¹STIE Madani, Indonesia

Korespondensi Penulis: sartikadewi@stiemadani.ac.id*

Article History:

Received: November 02, 2024;

Revised: November 13, 2024;

Accepted: November 23, 2024;

Online Available: November 26, 2024;

Keywords: MSMEs, Innovation Development, Business Branding, Digital Bookkeeping.

Abstract: Field Work Practice (PKL) or also known as Innovation Development (PI) is a service activity of STIE Madani Balikpapan students to the community, especially to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The MSME target for the Innovation Development Program in this group is AA Bakery and Cake which is located in RT 01 Mekarsari sub-district, Central Balikpapan District. The aim of this PI activity is to assist in creating innovation in terms of improving business branding in order to increase brand awareness among customers as well as assisting in creating digital financial reports.

Abstrak

Praktek Kerja Lapangan (PKL) atau yang juga disebut sebagai Pengembangan Inovasi (PI) merupakan kegiatan pengabdian mahasiswa STIE Madani Balikpapan kepada masyarakat, khususnya kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Target sasaran UMKM yang dituju pada Program Pengembangan Inovasi (PI) di kelompok ini adalah AA Bakery and Cake yang terletak di RT 01 Kelurahan Mekarsari, Kecamatan Balikpapan Tengah. Tujuan dari kegiatan PI ini adalah pendampingan pembuatan inovasi dalam hal peningkatan *branding* usaha agar meningkatkan *brand awareness* pada pelanggan serta membantu dan mendampingi dalam membuat laporan keuangan digital.

Kata Kunci: UMKM, Pengembangan Inovasi, *Branding* Usaha, Pembukuan Digital.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran vital dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di seluruh wilayah Indonesia (Kemenkop UKM, 2023). UMKM juga berperan signifikan dalam pengurangan kemiskinan melalui peningkatan pendapatan rumah tangga dan penciptaan lapangan kerja (Agyapong, 2010).

Strategi pemasaran yang efektif sangat penting dalam pengembangan dan pertumbuhan bisnis kecil dan menengah (Baker dan Hart, 2016). Namun, tantangan besar masih dihadapi UMKM, terutama dalam menghadapi persaingan global dan perkembangan teknologi. Salah satu aspek yang menjadi perhatian utama adalah *branding* yang kuat, yang menjadi dasar penting dalam keberhasilan bisnis jangka panjang (Aaker, 2014). *Branding*

yang kurang optimal sering kali membuat produk UMKM kesulitan bersaing di pasar yang kompetitif, baik di tingkat lokal maupun internasional (Saragih & Supriatna, 2020).

Sebagai solusi, digitalisasi dapat menjadi strategi utama dalam mengatasi tantangan UMKM, terutama terkait inovasi branding dan pengelolaan keuangan yang lebih efisien dan sistematis (Tambunan, 2019). Dhewanto et al. (2017) menekankan bahwa penerapan aplikasi akuntansi berbasis teknologi mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan. Selain itu, transformasi digital memungkinkan UMKM untuk memperkuat identitas merek, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan menciptakan transparansi dalam manajemen keuangan (Fauzi & Susilo, 2021).

Kelurahan Mekarsari merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia. Setelah melakukan survei dan observasi di lapangan, objek kegiatan pengembangan inovasi ini dilakukan pada salah satu pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengelola usaha di bidang makanan yaitu “AA Bakery and Cake”. Pelaku usaha memproduksi berbagai roti dan kue kering.

Pada usaha “AA Bakery and Cake”, setiap produknya memiliki nama produk yang berbeda-beda pada kemasannya. Hal ini menyebabkan adanya ketidak-konsistenan pada *branding* UMKM ini. Lokasi usaha, dimana semua produksi masih dilakukan di rumah pemilik, berada di area pemukiman yang terbilang jauh dari jalan utama sehingga konsumen yang baru pertama kali membeli dan mengambil langsung pesanannya sering kali kesulitan untuk menemukan lokasinya. Selain itu, pencatatan keuangan untuk usaha ini masih dilakukan secara manual. Oleh karena itu kami melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan “Pengembangan Inovasi dengan Peningkatan Branding Usaha dan Pembukuan secara Digitalisasi pada Pelaku UMKM AA Bakery and Cake di Kelurahan Mekarsari Balikpapan.

Adapun luaran yang diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu peningkatan *branding* produk AA Bakery and Cake agar meningkatkan *branding awareness* oleh konsumen, menjaga konsistensi terhadap produk dengan hanya menggunakan satu nama produk pada kemasan serta pemahaman dalam membuat laporan keuangan sederhana dengan sistem digitalisasi.

2. METODE

AA Bakery and Cake adalah satu dari banyaknya UMKM di Kelurahan Mekarsari Balikpapan, tepatnya di Jalan Sultan Alauddin RT 01 No. 51 Gang Selamat, Karang Bugis. Usaha *AA Bakery and Cake* ini menjual beberapa makanan seperti mantau, kue kering dan mantau kering yang baru akan diproduksi ketika ada pesanan dari konsumen (sistem *pre-order*). Karena lokasinya yang susah di akses maka akan dilakukan pemasangan papan nama usaha dan *banner* sebagai salah satu program peningkatan *brand awareness* kepada para konsumen. Sedangkan untuk pembuatan laporan keuangan dengan sistem digitalisasi, akan digunakan aplikasi Buku Warung.

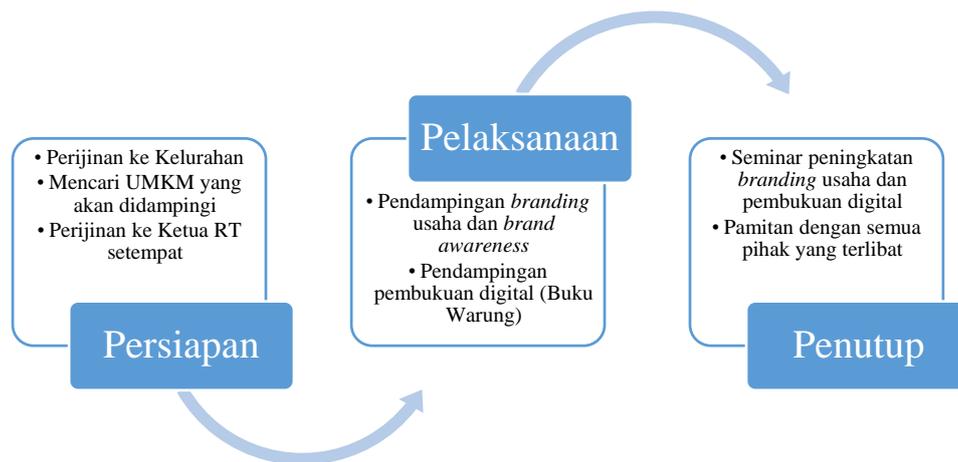
Aplikasi Buku Warung dirancang khusus untuk membantu UMKM dalam mencatat transaksi, melacak hutang-piutang, serta menyusun laporan keuangan secara otomatis dan sederhana. Dengan antarmuka yang ramah pengguna dan fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM, Buku Warung menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan literasi keuangan sekaligus mempercepat adopsi digitalisasi pada sektor ini (Buku Warung, 2023).

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pendampingan ini melibatkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk memperkuat strategi branding, sesuai dengan pandangan Hapsari dan Mulyanto (2020), yang menyatakan bahwa media sosial adalah platform efektif untuk meningkatkan citra UMKM. Selain itu, penggunaan aplikasi "Buku Warung" diintegrasikan sebagai alat pencatatan keuangan digital untuk membantu pengelolaan keuangan lebih efisien, sejalan dengan temuan Moorthy et al. (2012) mengenai manfaat adopsi teknologi dalam mendukung efisiensi operasional UMKM.

Adapun tahapan yang kami lakukan pada kegiatan pendampingan ini adalah sebagai berikut:

A. Persiapan

- 1) Mengunjungi Kelurahan Mekarsari untuk meminta izin melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atau PI (Pengembangan Inovasi) serta menanyakan lokasi wilayah yang masuk di dalam Kelurahan Mekarsari.
- 2) Setelah melakukan survei dan menghubungi beberapa pelaku UMKM, kami mendapati *AA Bakery and Cake* bersedia untuk dilakukan pendampingan dan kami mengunjungi lokasinya untuk melakukan observasi lebih lanjut terkait permasalahan yang dihadapi.
- 3) Mengunjungi Ketua RT 01 Kelurahan Mekarsari untuk meminta izin melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atau PI pada salah satu pelaku UMKM di kelurahan Mekarsari.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pendampingan

B. Pelaksanaan Kegiatan

- 1) Melakukan kegiatan pendampingan dalam peningkatan inovasi *branding* usaha dan *brand awareness* berupa penetapan satu nama usaha di semua kemasan produk, pembuatan desain baru pada stiker di kemasan produk, pengelolaan media sosial AA Bakery and Cake, serta pemasangan banner dan papan nama di area yang mudah terlihat konsumen.
- 2) Melakukan kegiatan pendampingan dalam pembukuan digital menggunakan Aplikasi Buku Warung, menjelaskan cara pembuatan akun dan fitur-fitur yang ada di dalamnya serta pembuatan rekening khusus untuk kegiatan usaha.
- 3) Pendampingan ditutup dengan kegiatan seminar mengenai peningkatan *branding* usaha dan pembukuan digital pada para pelaku UMKM di Kelurahan Mekarsari.
- 4) Mengunjungi AA Bakery and Cake, Ketua RT 01 dan Kelurahan Mekarsari untuk berpamitan dan berterimakasih telah memberikan ijin untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atau PI (Pengembangan Inovasi) di wilayah Kelurahan Mekarsari.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Pengembangan Inovasi (PI) ini kami lakukan dimulai dari 23 Juli – 5 Oktober 2024. Objek yang menjadi sasaran kegiatan ini yaitu Bapak Muhammad Raissulwaton, pemilik dari UMKM AA Bakery and Cake yang berlokasi di RT 01 Kelurahan Mekarsari, Balikpapan. Adapun rincian kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) kami adalah sebagai berikut:

A. Pendampingan kepada Pelaku UMKM

Pada tahap awal sebelum memilih dan melakukan pendampingan, kami mendatangi Kelurahan Mekarsari untuk meminta izin melakukan kegiatan Pengembangan Inovasi ini sekaligus meminta data UMKM yang sekiranya bisa dijadikan objek kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Setelah menghubungi beberapa UMKM, terpilihnya *AA Bakery and Cake* dimana Bapak Raissulwaton selaku pemilik usaha bersedia untuk didampingi.

Tahap berikutnya, kami berkunjung ke rumah Bapak Raissulwaton untuk melakukan survei tempat dan melihat keadaan yang akan kami lakukan untuk pengembangan inovasi dan melihat produk apa saja yang akan diberikan inovasi serta yang akan dilakukan perkembangan. Selanjutnya, kami juga mendatangi rumah Ketua RT 01 untuk meminta izin dikarenakan kami akan melakukan pendampingan UMKM ke salah satu warga yang berada di wilayah RT 01 Kelurahan Mekarsari.

Setelah melakukan perkenalan dan diskusi dengan pemilik usaha, kami menemukan adanya peluang untuk dilakukan pengembangan inovasi yaitu terkait dengan *branding* dan pembukuan digital. Kami menyusun beberapa program untuk meningkatkan *branding* usaha dan pembuatan pembukuan digital untuk *AA Bakery and Cake*, yaitu:

- 1) Meningkatkan *branding* melalui penetapan nama usaha pada UMKM, mendesain *banner* usaha serta papan nama usaha.
- 2) Meningkatkan *branding* melalui foto produk untuk postingan di media sosial yang harus ditata rapi agar menarik konsumen.
- 3) Memberikan pemahaman tentang pentingnya melakukan pembukuan atau pencatatan keuangan terhadap usaha yang dijalankan, yang dalam hal ini akan dilakukan secara digital menggunakan aplikasi Buku Warung.
- 4) Menjelaskan proses pencatatan transaksi dan langkah-langkah dalam menyusun laporan keuangan. Pemahaman ini sangat diperlukan dalam rangka keberlanjutan dan pengembangan usaha melalui investasi usaha ke depannya.

Tujuan pendampingan ini adalah untuk membantu *AA Bakery and Cake* dalam meningkatkan *branding* dan laporan keuangan yang cukup penting untuk semua pelaku usaha. Kami juga memberikan saran dan masukan kepada pemilik untuk menggunakan laporan keuangan sederhana yang bisa di akses menggunakan *smartphone* sehingga memudahkan beliau untuk membuat laporan keuangan dan mencatat pembelian untuk pemasukan dan pengeluaran.

Adapun kendala yang dihadapi oleh *AA Bakery and Cake* ini adalah masalah peningkatan *branding* agar lebih dikenal banyak masyarakat luas. Hal ini bisa dimaklumi karena tidak semua pelaku bisnis UMKM memiliki dan menerapkan strategi pemasaran, sedangkan jika harus bekerja sama dengan *influencer* tentu akan menambah biaya sehingga seringkali para pelaku UMKM masih belum bisa melakukan *branding* yang kuat pada produknya.

AA Bakery and Cake juga memiliki kendala di pembukuan digital karena masih menggunakan pembukuan manual. Maka dari itu kami memperkenalkan aplikasi yang bisa mencatat pemasukan, pengeluaran, bahan baku yang sudah terpakai ataupun bahan baku yang tersisa untuk memudahkan pemilik UMKM ini. Kami melakukan pendampingan berupa pencatatan laporan keuangan dengan sistem digitalisasi menggunakan aplikasi Buku Warung yang bisa di *input* secara mudah dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja karena hanya memerlukan *smartphone*. Aplikasi ini juga dapat digunakan saat *offline* sehingga memudahkan penggunanya untuk tetap bisa mengoperasikan aplikasi tersebut saat internet mati.

B. Pengembangan Desain Logo Produk

Kemasan mempunyai peranan yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. Nilai jual ini dapat meningkat ketika produk yang dihasilkan mendapat nilai tambah dari kemasan yang menarik. Citra produk terkait dengan gambaran produk dalam benak konsumen akan semakin baik apabila produk itu dikemas secara baik. Dengan kata lain produk dapat memberi kesan baik bagi konsumen.

Oleh karena itu kemasan dan logo harus dibuat sebaik dan semenarik mungkin karena akan menjadi suatu pembeda produk yang kita miliki dengan produk pesaing. Dalam hal ini kami membantu mendesain logo agar menarik dan menjadikan logo tersebut sebagai lambang dari produk yang dijual di UMKM *AA Bakery and Cake*.

C. Pemasangan Banner dan Papan Nama Usaha

Pemasangan *banner* dan papan nama usaha merupakan strategi pemasaran visual yang efektif bagi *AA Bakery and Cake* dalam mengembangkan inovasi mereka. *Banner* dan papan nama dapat menjadi media komunikasi yang kuat untuk memperkenalkan produk atau layanan inovatif kepada pelanggan. Dengan desain yang menarik dan pesan yang jelas, *banner* dapat menarik perhatian orang-orang yang melewati lokasi usaha, sementara papan nama usaha dapat memberikan identitas visual yang kuat bagi *AA Bakery and Cake*. Penggunaan media promosi ini membantu *AA Bakery and Cake* untuk

menonjolkan keunikan dan nilai tambah dari inovasi mereka di tengah persaingan pasar yang ketat di daerah Kelurahan Mekarsari.

Pemasangan *banner* dan papan nama usaha ini juga dapat mendukung strategi *branding* jangka panjang AA Bakery and Cake dalam mengembangkan inovasi mereka. Konsistensi dalam penggunaan warna, logo dan pesan di *banner* dan papan nama usaha akan membantu membangun identitas merek yang kuat dan mudah diingat. Hal ini penting ketika AA Bakery and Cake ingin memposisikan diri sebagai pemimpin inovasi dalam industri mereka.

Selain itu, *banner* dan papan nama usaha yang dipasang di lokasi strategis dapat meningkatkan visibilitas UMKM dan memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan perencanaan yang matang dan eksekusi yang baik, pemasangan *banner* dan papan nama usaha dapat menjadi investasi yang berharga dalam mendukung pertumbuhan dan inovasi AA Bakery and Cake kedepannya.

D. Pelaksanaan Seminar Pengembangan Inovasi

Kegiatan seminar kewirausahaan merupakan rangkaian penutup kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam program Pengembangan Inovasi yang kami lakukan di UMKM AA Bakery and Cake. Kegiatan seminar ini dilaksanakan di Aula Kelurahan Mekarsari Balikpapan dengan mengundang seluruh pelaku UMKM yang ada di wilayah tersebut dengan tujuan untuk membagikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang telah kami berikan dan kami praktikkan pada AA Bakery and Cake.

Dengan tema “Strategi dalam Meningkatkan *Branding* Usaha pada UMKM”, seminar ini tidak hanya membahas tentang cara meningkatkan *branding usaha* tapi juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya pembukuan dan pencatatan keuangan pada bisnis terlebih lagi sudah dimudahkan dengan adanya aplikasi pembukuan digital yang dapat diakses dengan mudah menggunakan *smartphone*.

Kegiatan pendampingan ini menghasilkan beberapa pencapaian, termasuk peningkatan branding melalui desain logo baru serta pemasangan papan nama usaha di lokasi strategis. Penerapan aplikasi digital untuk pembukuan memungkinkan pemilik UMKM memantau pemasukan dan pengeluaran secara real-time. Menurut Zahra dan George (2002), kemampuan untuk mengadopsi teknologi baru menjadi elemen kunci dalam memastikan keberlanjutan inovasi.

Dalam aspek branding, langkah-langkah ini juga mencakup pengambilan foto produk untuk meningkatkan daya tarik visual di media sosial. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa keterlibatan melalui media sosial sangat penting untuk memperluas jangkauan pelanggan.

Tabel. 1 Timeline Kegiatan Pengembangan Inovasi

No.	Jenis Kegiatan	Juli					Agustus					September					Oktober				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Kunjungan pertama ke Kelurahan untuk pengenalan, memberi surat ijin pelaksanaan PI, serta menjelaskan maksud dan tujuan dari kegiatan PI dan meminta data UMKM Kelurahan Mekarsari.																				
2	Pemberian data UMKM dari Kelurahan Mekarsari.																				
No.	Jenis Kegiatan	Juli					Agustus					September					Oktober				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
3	Survei pada beberapa pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Mekarsari dan menghubungi pelaku UMKM sesuai data dari Kelurahan.																				
4	Follow up UMKM yang akan dikunjungi dan dibantu pengembangan inovasi.																				
5	Melakukan kunjungan ke UMKM AA Bakery and																				



Gambar 4. Kunjungan ke UMKM AA Bakery and Cake

Pada Gambar 2, Gambar 3 dan Gambar 4 adalah perijinan kepada Kelurahan Mekarsari dan kepada Ketua RT 01 Mekarsari serta kunjungan ke UMKM AA Bakery and Cake sebelum melakukan pendampingan.



Gambar 5. Foto Produk AA Bakery and Cake

Gambar 5 merupakan beberapa foto produk yang diambil untuk diposting ke sosial media AA Bakery and Cake dengan tujuan untuk peningkatan *brand awareness* pembeli terkait produk apa saja yang diproduksi oleh UMKM ini.

Terlihat pada Gambar 6 salah satu mahasiswa menjelaskan bagaimana cara penggunaan aplikasi Buku Warung yang akan digunakan untuk mencatat semua transaksi pemasukan, pengeluaran, dan bahan baku baik yang sudah terpakai maupun bahan yang tersisa.



Gambar 6. Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Digital dengan Buku Warung

Peningkatan *branding* usaha serta *brand awareness* dari konsumen juga dilakukan dengan cara membuat desain logo baru serta pemasangan *banner* dan papan nama usaha pada tempat yang strategis sehingga mudah untuk dilihat oleh konsumen.



Gambar 7. Desain Logo Baru dan Penempatannya di Kemasan Produk



Gambar 8. Pemasangan *Banner* dan Papan Nama Usaha

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditutup dengan pelaksanaan seminar kewirausahaan dengan peserta para pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Mekarsari. Seminar ini dilaksanakan untuk memaparkan materi terkait peningkatan *branding* pada UMKM serta pemaparan terkait pendampingan yang telah dilakukan pada UMKM AA *Bakery and Cake*.



Gambar 9. Pelaksanaan Kegiatan Seminar Kewirausahaan

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa inovasi dalam branding dan digitalisasi pembukuan dapat meningkatkan daya saing UMKM. Drucker (2015) menggarisbawahi bahwa inovasi tidak hanya terkait teknologi baru, tetapi juga dengan pendekatan strategis yang kreatif dalam bisnis.

Selain itu, penggunaan teknologi untuk pembukuan membantu meningkatkan akurasi dan transparansi laporan keuangan, yang sangat penting untuk keberlanjutan usaha (Dhewanto et al., 2017). Pendekatan ini sejalan dengan teori Prahalad dan Ramaswamy (2004), yang menyebutkan bahwa keterlibatan pelanggan serta inovasi dapat menjadi fondasi keberhasilan UMKM.

5. KESIMPULAN

Pendampingan yang diberikan kepada UMKM *AA Bakery and Cake* telah memberikan dampak positif dalam aspek *branding* dan pembukuan digital. Langkah-langkah ini diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lain untuk mengadopsi inovasi serupa demi meningkatkan daya saing mereka, baik di pasar lokal maupun internasional (Mckinsey & Company, 2020).

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan artikel jurnal pengabdian kepada masyarakat ini. Penulis menyampaikan rasa penghargaan dan terima kasih kepada STIE Madani Balikpapan, Bapak Muhammad Raissulwaton selaku pemilik UMKM *AA Bakery and Cake*, para pelaku UMKM di Kelurahan Mekarsari khusus warga RT 01, tim Pengembangan Inovasi; Maharani Syahputri, Lamria Siregar dan Puput Halimatusa'diah, serta seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan artikel jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik pula.

7. DAFTAR REFERENSI

- Aaker, D. A. (2014). *Building strong brands*. Free Press.
- Agyapong, A. (2010). Micro, small and medium enterprises' activities, income level and poverty reduction in Ghana – A synthesis of related literature. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 196–205. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v5n12p196>
- Baker, M. J., & Hart, S. J. (2016). *The marketing book* (7th ed.). Routledge.
- Buku Warung. (2023). *Laporan penggunaan aplikasi Buku Warung oleh UMKM di Indonesia*.
- Dhewanto, W., Umam, M. H., & Purba, C. A. (2017). Financial management for SMEs: Simplified accounting application based on Android. *Procedia Computer Science*, 124, 457–465. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.180>
- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. HarperBusiness.
- Fauzi, R., & Susilo, D. (2021). Digital transformation in MSMEs: A systematic review. *Journal of Digital Business & Innovation*, 2(1), 45–53.
- Hapsari, N., & Mulyanto, H. (2020). The role of social media in enhancing SMEs' branding strategy in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 172, 36–41. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201205.008>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan tahunan perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- McKinsey & Company. (2020). *Unlocking the potential of Indonesia's SMEs through digitalization*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com>
- Moorthy, M. K., Tan, A., Choo, K. W., & Wei, C. W. (2012). A study on factors affecting the performance of SMEs in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(4), 224–239.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- Saragih, B., & Supriatna, M. (2020). Digital transformation and innovation in MSMEs: Challenges and opportunities. *Journal of Business Research*, 13(2), 34–50.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *Development of MSMEs in ASEAN countries*. Springer.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and

extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185–203.
<https://doi.org/10.5465/amr.2002.6587995>