



Implementation of the MSME Digitalization Policy Through the Markaz Application in Wonosobo Regency

Anindita Sarsabila

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Yogyakarta, Indonesia

Bachtiar Dwi Kurniawan

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Yogyakarta, Indonesia

Email correspondence : bachtiar_dk@umy.ac.id*

Abstract

Purpose - This study aims to identify the factors influencing the implementation process of digitalization policy through the "Markaz UMKM" application in Wonosobo Regency.

Methodology - The research method employed is qualitative analysis, with primary data sources derived from in-depth interviews with two informants from the Wonosobo Chamber of Commerce and Industry (KADIN) and three informants from business actors using the application. This is supported by secondary data from credible sources.

Findings - The results indicate a successful implementation of the digitalization policy through the "Markaz UMKM" application in Wonosobo Regency. Positive impacts were felt by business actors in utilizing digital technology for their business processes to widely promote local products. Socialization and training conducted by the Wonosobo Chamber of Commerce and Industry successfully enhanced business actors' understanding of digitalization and the application. However, a constraint faced is the lack of awareness among urban communities regarding digitalization.

Practical Implications - Business actors are able to develop and widely introduce their products. Furthermore, there is a need for application development to facilitate the buying and selling process, as well as collaboration among stakeholders and related parties so that the "Markaz UMKM" application becomes more widely recognized and can assist business actors.

Originality/Value - The novelty of this research lies in the use of Marilee S. Grindle's policy implementation theory and its focus on the factors influencing the implementation of digitalization.

Keywords - Policy Implementation; Digitalization; MSME

Paper Type - Research Paper

Implementasi Kebijakan Digitalisasi UMKM melalui Aplikasi “Markaz UMKM” di Kabupaten Wonosobo

Abstrak

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi proses implementasi kebijakan digitalisasi melalui aplikasi “Markaz UMKM” Kabupaten Wonosobo.

Metodologi - Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan sumber data primer berupa wawancara mendalam kepada dua informan dari kamar dagang dan industri (KADIN) Wonosobo, serta tiga informan dari pelaku usaha pengguna aplikasi, yang didukung dengan data sekunder dari sumber – sumber yang kredibel.

Temuan - Hasil penelitian menunjukkan keberhasilan dalam implementasi kebijakan digitalisasi melalui aplikasi “Markaz UMKM” Kabupaten Wonosobo. Dampak positif yang dirasakan oleh pelaku usaha dalam pemanfaatan teknologi digital pada proses bisnis untuk memperkenalkan produk lokal secara luas. Sosialisasi dan pelatihan yang diadakan oleh Kadin Wonosobo berhasil meningkatkan pemahaman mengenai digital dan aplikasi kepada pelaku usaha. Namun, kendala yang dihadapi kurangnya kesadaran masyarakat kota terhadap digitalisasi.

Implikasi Praktis - Para pelaku usaha mampu mengembangkan dan memperkenalkan produk yang dihasilkan secara luas. Di samping itu, perlunya pengembangan aplikasi agar lebih memudahkan dalam proses jual beli serta kolaborasi *stakeholder* maupun pihak-pihak terkait agar aplikasi “Markaz UMKM” semakin dikenal kalangan luas dan bisa membantu para pelaku usaha.

Originalitas/Nilai - Keterbaruan dari penelitian ini adalah penggunaan teori implementasi kebijakan dari Marilee S. Grindle serta fokus penelitian pada faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi digitalisasi.

Kata Kunci - Implementasi Kebijakan, Digitalisasi, UMKM

Jenis Artikel - Penelitian

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia menduduki peran strategis sebagai dasar pembangunan nasional dimasa mendatang dengan salah satu aspek yang di tingkatkan yaitu pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Peran strategis yang dimiliki UMKM dalam menciptakan lapangan kerja, memperkuat daya saing dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah terdapat 65,4 juta UMKM di Indonesia yang mempekerjakan sekitar 56% dari tenaga kerja di Indonesia dan memberikan kontribusi lebih dari 60% kepada Produk Domestik Bruto negara (Firdausya and Ompusunggu 2023).

Era digitalisasi ini membawa perubahan perilaku yang menonjol untuk membuka peluang baru pada pasar yang lebih luas dengan pengembangan usaha dan pemasaran produk lokal melalui platform digital (Sari and Diana 2024). Digitalisasi sangat penting untuk kemajuan bisnis di era digital saat ini sehingga pelaku UMKM perlu mempersiapkan dan memanfaatkan digitalisasi untuk bertahan dan berkembang dalam lanskap yang semakin digital (Aufa, Kaukab, and Nugroho 2023). Pemasaran digital pada produksi pangan untuk meningkatkan sistem pemasaran dan meningkatkan penjualan (Nurhayati et al. 2023). Pentingnya teknologi dalam operasional bisnis dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing pada UMKM dengan adanya aplikasi yang akan membantu pengelolaan keuangan UMKM serta perlunya pelatihan akan kesadaran teknologi bagi pelaku UMKM (Natsir and Waani 2023). Pentingnya pemasaran digital untuk beradaptasi dengan mengoptimalkan strategi promosi untuk bertahan dalam lingkungan pasar yang berubah sebagai pemberi informasi produk secara efektif (Sari and Rani 2021). Teknologi dalam operasi bisnis penting khususnya dalam pelaporan keuangan melalui aplikasi UMKM (Mulyawan, Wardhani, and Julia 2021).

Pembayaran digital memiliki peran penting dalam memperkuat UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih afektif dan efisien, meningkatkan kehadiran pasar dan kemampuan operasional para pelaku usaha (Bowo 2023). Efek positif dengan adanya *e-commerce* terhadap efektivitas kinerja keuangan dikalangan UMKM menjadi peluang baru dalam mendorong tingkat kesadaran akan kebutuhan konsumen untuk menghindari keramaian dan tinggal dirumah yang akan mengarah pada peningkatan aktivitas belanja online (Yuscintara and Hendrani 2022). Tantangan yang dihadapi oleh UMKM antara lain keterbatasan akses modal, perilaku konsumen terhadap belanja online dan kebutuhan terhadap adaptasi teknologi sehingga transformasi digital penting bagi UMKM khususnya dalam strategi pemasaran dan komunikasi untuk meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional UMKM (Lusianingrum et al. 2022).

Strategi penting bagi bisnis yaitu pemasaran online melalui media sosial untuk pelaku usaha dalam beradaptasi dengan lanskap digital dan untuk meningkatkan kinerja penjualan dengan adanya pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam membuat konten yang menarik, memahami target pasar dan pemanfaatan iklan secara efektif (Muhardono et al. 2022). Solusi strategis untuk memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan dengan pelatihan untuk membantu pelaku UMKM beralih ke platform online untuk pemasaran dan penjualan (Arifqi 2021).

Pemangku kepentingan UMKM mengembangkan panduan digital pada strategis dalam upaya pemasaran digital dengan program pelatihan bisnis dan kemitraan lintas regional sehingga UMKM dapat berekspansi ke pasar yang beragam (Rizkita et al. 2025). Upaya sistematis untuk memberikan pelatihan dan dukungan kepada pelaku UMKM untuk lebih mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan digital (Wahyuni and Permana 2024). Pelatihan dan pendampingan digitalisasi promosi serta pemasaran produk dalam pengembangan bisnis menjadi berbasis online dan tidak hanya mengandalkan usaha konvensional untuk meningkatkan persaingan disunia bisnis UMKM (Laksono et al. 2021). Perlunya pendidikan berkelanjutan, sumber daya yang berkelanjutan dan dukungan bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing UMKM serta meningkatkan operasi bisnis di daerah pedesaan (Ningsih et al. 2025). Pelatihan dan bantuan untuk meningkatkan literasi manajemen keuangan dikalangan UMKM dengan penggunaan aplikasi digital yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui praktik keuangan yang lebih baik dalam memanfaatkan teknologi internet untuk operasi bisnis (Maesaroh et al. 2021).

Kabupaten Wonosobo berada di Provinsi Jawa Tengah ada pada dataran tinggi dengan wilayah Kabupaten Wonosobo 984,68 km² yang secara administrasi terbagi kedalam 15 kecamatan dengan jumlah penduduk 858.273 (Tantra n.d.). Kebijakan digitalisasi UMKM di Kabupaten Wonosobo sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing secara nasional maupun internasional dengan mendukung para pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produknya melalui strategi update dan upgrade produk (Anggraeni, Ningtiyas, and Alimah 2021). Kadin Kabupaten Wonosobo dalam peluncuran aplikasi Markaz UMKM bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan secara daring dan memungkinkan UMKM untuk memiliki etalase toko online yang terhubung dengan WhatsApp untuk memudahkan proses transaksi dan dengan didukung oleh administrasi keuangan yang lebih tertata (kadinwonosobo.org 2922).

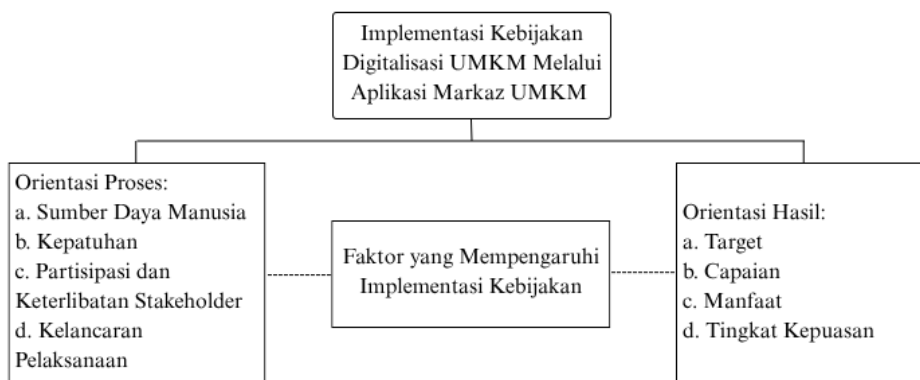
Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM khususnya melihat modal usaha, lokasi usaha, teknologi informasi pada penggunaan media sosial dan

pasar online, serta lamanya operasi bisnis (Astutik, Ningsih, and Pardanawati 2024). Keterbaruan dari penelitian ini adalah teori yang digunakan serta fokus penelitian yang berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah. Untuk meningkatkan kemampuan digitalisasi UMKM dalam meningkatkan kreativitas digital dalam membantu UMKM mendapatkan keunggulan kompetitif digital diperlukan pengadopsian dan penyesuaian teknologi (Rahman et al. 2025). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah melalui aplikasi Markaz UMKM Kabupaten Wonosobo untuk mendukung digitalisasi UMKM agar dapat memperluas pasar dan daya saing yang lebih luas sehingga akan meningkatkan pertumbuhan perekonomian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan sumber data dari pendekatan kualitatif ini seperti catatan observasi, catatan wawancara, pengalaman individu dan sejarah yang dapat digunakan untuk mendukung terbentuknya interpretasi tersebut (Fiantika, Wasil M, Jumiyati, Honesti, Wahyuni, Jonata 2022). Lokasi penelitian berada di Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah sebagai objek lokasi penelitian yang menjalankan aplikasi Markaz UMKM oleh Kadin Kabupaten Wonosobo dengan durasi penelitian satu minggu pada bulan Mei 2025.

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Jenis data yang digunakan adalah data primer berupa wawancara yang dilakukan dengan 5 (lima) narasumber dari KADIN Kabupaten Wonosobo yaitu Bapak Dwi Sukatman selaku Ketua KADIN Kabupaten Wonosobo dan Bapak Sunaryo selaku Wakil Ketua Bidang Media KADIN Kabupaten Wonosobo serta perwakilan pelaku usaha Ibu Kartini, Ibu Sapta, dan Ibu Widiyati sebagai pengguna

aplikasi Markaz UMKM. Sedangkan data sekunder menggunakan metode dokumentasi ada berupa buku, artikel ilmiah, jurnal, dan dokumen yang sudah ada untuk mendapatkan data serta informasi yang berhubungan dengan penelitian. Proses analisis data pada penelitian ini adalah pengumpulan dan pengolahan data berupa hasil wawancara dan dokumentasi, seleksi dan analisis data, penafsiran hasil analisis untuk memberikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam digitalisasi UMKM perlu menerapkan berbagai strategi yang sesuai dengan kebutuhan dari para pelaku usaha yang mencangkup pembaharuan dengan teknologi, pengoptimalan pada konten, memanfaatkan media sosial, menerapkan teknologi keuangan, dan memastikan infrastruktur digital yang berkualitas (Evangeulista et al. 2023). Penelitian ini membahas mengenai implementasi kebijakan digitalisasi UMKM melalui aplikasi Markaz UMKM Kabupaten Wonosobo dengan teori Marilee S. Grindle. Teori Marilee S. Grindle (1980:11), mengatakan pengukuran keberhasilan implementasi kebijakan dapat dilihat dari dua hal yaitu orientasi proses dan orientasi hasil (Pramono 2020).

Aplikasi markaz UMKM Wonosobo merupakan solusi yang ditujukan untuk membantu para pelaku UMKM di Wonosobo untuk meningkatkan penjualan secara online. Aplikasi Markaz memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produknya dengan pengembangan aplikasi sesuai dengan kemampuan banyak pengguna. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan Bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo (03/05/2025):

“Aplikasi Markaz UMKM ini sebagai wadah untuk para pelaku UMKM yang terhubung dengan Whatsapp sehingga memudahkan pelaku usaha untuk memasarkan produknya.”

A. Implementasi Kebijakan Digitalisasi UMKM Melalui Aplikasi Markaz UMKM Kabupaten Wonosobo

1. Orientasi Proses

a. Sumber daya manusia

Pada pemanfaatan sumber daya manusia yang dilakukan oleh Kadin Wonosobo dalam melakukan sosialisasi Gerakan Digitalisasi UMKM bersama Telkom Indonesia. Sejalan dengan penjelasan dari Bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo (03/05/3035):

“Menggerakan 100 relawan, rata-rata merupakan siswa SMK yang memahami IT dan telah diberikan arahan serta bimbingan untuk membantu

pelaku UMKM dalam mendaftar dan menggunakan aplikasi Markaz. Hasil dampingan tersebut akan langsung didata dan dievaluasi.”

Sosialisasi untuk pendampingan kepada para pelaku UMKM terlaksana dengan baik. Relawan akan terlebih dulu diberikan bimbingan dan arahan yang tepat untuk dalam melakukan *log in*, upload foto produk dan lainnya sebagai tempat pembelajaran bagi para pelaku UMKM. Adanya relawan akan membantu para pelaku usaha dalam memperoleh pengetahuan mengenai digitalisasi UMKM dan mengenal aplikasi Markaz sehingga nantinya pelaku usaha bisa memanfaatkan aplikasi secara tepat guna (Prayogi and Kirom 2022).

Selain itu, Kadin dalam melakukan Workshop Digital Marketing kepada pedagang pasar dan bekerja sama dengan Paguyuban Pedagang Pasar Induk Wonosobo (PPPIW) terlaksana secara maksimal, bertujuan untuk mengarahkan pedagang-pedagang untuk memanfaatkan digital untuk meningkatkan penjualan. Sejalan dengan penjelasan dari Bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo (03/05/2025):

“Kadin bekerja sama dengan Paguyuban Pedagang Pasar Induk Wonosobo (PPPIW) dalam pelatihan terkait digitalisasi pada pasar, dihadiri oleh 70 pelaku usaha dan pedagang. Pada pelatihan ini pedagang akan dibimbing untuk menginstall aplikasi Markaz, membuat toko online di markaz serta mengupload produknya di aplikasi Markaz”

Kerja sama ini bisa mengedukasi pedagang yang berada dipasar-pasar untuk mengenal digital sehingga bisa lebih mengikuti tren yang ada. Sosialisasi untuk pendampingan dan workshop terkait digitalisasi pada UMKM dengan pengembangan dan pemanfaatan aplikasi Markaz terlaksana dengan baik untuk para pelaku usaha pengguna aplikasi. Sejalan dengan penjelasan dari Ibu Widiyati selaku pengguna aplikasi Markaz (21/05/2025):

“Adanya sosialisasi membantu dalam pemahaman dari penggunaan aplikasi Markaz UMKM.”

Hal tersebut membantu pelaku usaha dalam memahami pemanfaatan dan pengembangan teknologi digitalisasi pada UMKM melalui aplikasi Markaz pada sosialisasi dan workshop yang diadanya oleh Kadin Wonosobo.

b. Kepatuhan

Kepatuhan untuk memastikan bahwa kebijakan digitalisasi UMKM berjalan sesuai dengan tujuan. Kadin dalam pengembangan software SDLC (*Software Development Life Cycle*) bertujuan untuk menghasilkan sistem aplikasi berkualitas

sesuai dengan tujuan dan maksud dari adanya pembuatan aplikasi Markaz dan dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan (Annisa Tri Hidayati, Aditya Eka Widyantoro, and Hertas Jelang Ramadhani 2023). Hal tersebut sejalan dengan penjelasan Bapak Sunaryono selaku Wakil Ketua Media dan Telekomunikasi (22/05/2025):

“Pedoman dalam pengembangan software SDLC (*Software Development Life Cycle*) sedangkan untuk pengguna mulai dari pengenalan sistem, pelatihan hingga simulasi dan pendampingan teknis.”

Pengembangan aplikasi Markaz membantu pengguna dalam melakukan promosi produk-produk yang dijual secara luas, hal ini bagus untuk mengenalkan produk keluar sehingga bisa meningkatkan penjualan. Namun dalam pengembangannya, terdapat kelemahan bagi pelaku usaha. Sejalan dengan penjelasan Ibu Kartini selaku pengguna aplikasi Markaz (23/05/2025):

“Aplikasi Markaz ini bagus untuk promosi produk-produk lokal yang akan dijual, namun masih ada kekurangan dari segi closing kurang bagus.”

Namun, pada segi closingan atau tahapan akhir pada penjualan masih kurang bagus sebab pada prosesnya masih kurang pada pemahaman tentang kebutuhan dan komunikasi yang efektif. Closingan ini penting bagi penjual produk karena merupakan tahapan akhir dalam proses penjualan dan untuk mendapatkan komitmen dari konsumen dalam transaksi dan membeli produk yang dijual.

c. Partisipasi dan keterlibatan stakeholder

Implementasi kebijakan, partisipasi dan keterlibatan stakeholder sangat penting karena bukan hanya prosedur birokrasi tetapi juga interaksi dan konflik antar stakeholder (Rahmah et al. 2020). Kadin Wonosobo bekerja sama dengan Telkom Indonesia dalam Gerakan Digitalisasi UMKM, bertujuan untuk membantu pelaku usaha dalam mempromosikan usahanya dan pencatatan transaksi harian. Telkom Indonesia memberikan edukasi terkait dengan *e-wallet* sekaligus dengan dompet online. Kerja sama dari Kadin Wonosobo dengan Telkom Indonesia memberikan pengetahuan untuk para pelaku usaha pengguna aplikasi dalam memanfaatkan aplikasi Markaz. Sejalan dengan penjelasan Bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo (03/05/2025):

“Kadin melaksanakan Gerakan Digitalisasi UMKM yang bekerja sama dengan Telkom Indonesia. Selain itu, Kadin telah mengadakan Markaz UMKM Grebek Pasar yang bekerja sama Paguyuban Pedagang Pasar Induk Wonosobo (PPPIW).”

Selain itu pada Gerakan Digitalisasi UMKM, Kadin Wonosobo bekerja sama dengan Paguyuban Pedagang Pasar Induk Wonosobo (PPPIW) dalam Markaz UMKM Grebek Pasar. Kegiatan workshop digital marketing kepada pedagang pasar mendapatkan dukungan oleh pemerintah daerah Kabupaten Wonosobo dan dihadiri oleh Ketua DPW APPSI Jawa Tengah Bapak H. Suwanto, S.E, M.M, Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Drs. Bagyo Sarastono, M.Si, Ketua PPPIW Bapak Fikri dan Ketua Kadin Kabupaten Wonosobo Bapak Dwi Sukatman serta para jajarannya. Lebih lanjut diharapkan akan ada kerja sama dengan stakeholder lain. Sesuai dengan penjelasan Bapak Sunaryono selaku Wakil Ketua Media dan Telekomunikasi Kadin Wonosobo (22/05/2025):

“Kerja sama dengan stakeholder, pemerintah, swasta, BUMN, BUMD dan pengurus UMKM.”

Kerja sama yang dilakukan bisa meningkatkan dukungan dan inovasi sehingga tingkat keberhasilan dalam implementasi kebijakan digitalisasi UMKM melalui aplikasi Markaz dapat terlaksana dengan baik sesuai sasaran dan kebutuhan dari para pelaku usaha dan konsumen. Kerja sama dengan stakeholder terkait akan memberikan dorongan untuk Kadin dalam pengembangan aplikasi Markaz sebagai e-katalog dan bisa menjadi alternatif bagi para penjual dalam memasarkan produk dan konsumen dalam menjangkau produk lokal Wonosobo.

d. Kelancaran pelaksanaan

Keberhasilan dalam melaksanakan implementasi aplikasi Markaz UMKM dilakukan untuk meningkatkan kelancaran pelaksanaan kebijakan digitalisasi UMKM. Sejalan dengan hal tersebut, penjelasan dari Bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo (03/05/2025):

“Pertama dengan mengumpulkan pelaku usaha kemudian dilakukannya sosialisasi terkait digitalisasi UMKM melalui aplikasi Markaz UMKM dan akan terus meningkatkan pengembangan pada aplikasi Markaz UMKM.”

Kadin Wonosobo terus berupaya untuk meningkatkan partisipasi para pelaku UMKM dan pengembangan aplikasi Markaz secara maksimal. Hal tersebut bertujuan untuk mengenalkan, menambah pengetahuan terkait digitalisasi UMKM dan aplikasi Markaz kepada pelaku usaha sehingga pelaku usaha akan paham mengenai manfaat yang akan didapatkan melalui sosialisasi dan workshop yang sudah diselenggarakan. Namun terdapat hambatan dalam pelaksanaan implementasinya, penjelasan dari Bapak Sunaryono selaku Wakil Ketua Media dan Telekomunikasi Kadin Wonosobo (22/05/2025):

“Kendalanya sendiri belum ada fasilitas lain dari aplikasi Markaz seperti adanya kurir dan pembayaran yang payment.”

Pengembangan aplikasi Markaz perlu mempertimbangkan apakah pelaku usaha siap dengan upgrade ke versi yang terbaru atau belum serta menyesuaikan dengan kebutuhan yang ada sehingga bisa tepat guna dan sesuai dengan kebutuhan dari pelaku usaha dan konsumen. Kadin saat ini hanya menyediakan wadah untuk promosi produk UMKM dan proses selanjutnya dipegang oleh pelaku usaha sendiri. Adanya kurir dan pembayaran payment akan lebih memudahkan bagi konsumen dari luar daerah untuk pengiriman dan proses transaksi yang lebih mudah.

2. Orientasi Hasil

a. Target

Target implementasi kebijakan digitalisasi UMKM melalui aplikasi Markaz UMKM Kabupaten Wonosobo dengan harapan penerapannya akan tepat sasaran. Sejalan dengan penjelasan dari Bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo (03/05/3035):

“Target Kadin, disetiap desa ada satu digital marketing untuk memasarkan produknya serta bisa bekerja sama dengan Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian dan Transmigrasi Kabupaten Wonsoobo untuk mengarahkan ke Buruh Migran Indonesia (BMI) dan Dinas Pariwisata Kabupaten Wonosobo.”

Target tersebut sebagai harapan Kadin untuk mendorong digitalisasi UMKM melalui aplikasi Markaz UMKM sehingga para pelaku usaha bisa memasarkan produknya secara luas dan bisa bersaing di era digital sekarang ini dengan bekerja sama dengan pihak-pihak terkait. Hal tersebut akan membuka peluang untuk aplikasi Markaz UMKM ini dikenal secara nasional maupun internasional dan akan membuka peluang yang bagus bagi pelaku usaha. Pengembangan aplikasi Markaz sebagai marketplace bisa dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan dan tingkat kesiapan dari pelaku usaha dalam pengembangan aplikasi. Sejalan dengan penjelasan dari Bapak Sunaryono selaku Wakil Ketua Media dan Telekomunikasi Kadin Wonosobo (22/05/2025):

“Aplikasi Markaz ini merupakan versi 1 dan kedepannya dalam pengembangannya ingin ditambah kurir dan payment gateway terpusat.”

Pengembangan aplikasi Markaz diharapkan bisa membantu pelaku usaha dalam memasarkan produknya kepada konsumen dari berbagai daerah hingga pada manajemen keuangan penjualan yang rinci dan sederhana. Aplikasi Markaz ini

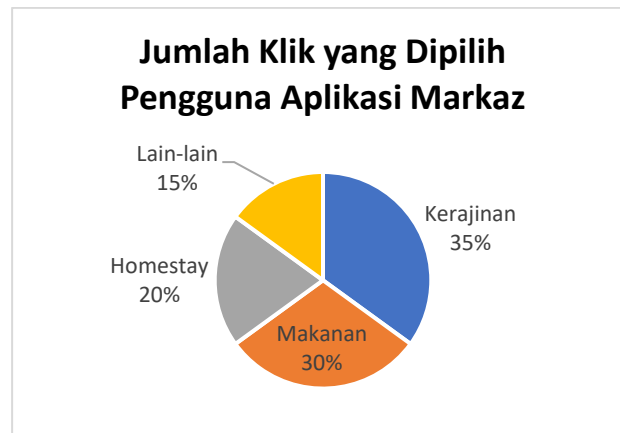
secara sederhana langsung terhubung kepenjual dalam proses transaksinya dan memudahkan konsumen dalam menjangkau berbagai produk yang tersedia.

b. Capaian

Capaian dari implementasi kebijakan digitalisasi UMKM melalui aplikasi Markaz UMKM untuk membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk pada pasar digital yang akan dikenal dari berbagai daerah. Capaian tersebut sudah membantu pelaku UMKM khususnya daerah Kecamatan Wonosobo dalam menjalankan aplikasi Markaz. Sejalan dengan penjelasan dari Bapak Sunaryono selaku Wakil Ketua Media dan Telekomunikasi Kadin Wonosobo (22/05/2025):

“Dari data sekarang user aktif di aplikasi Markaz yaitu sebanyak 554 dan produk UMKM lokal Wonosobo sebanyak 764. Banyaknya produk yang dibuka pada produk kerajinan, makanan dan homesatay dengan 10 merchant terlaris.”

Gambar 2. Jumlah Klik Pengguna Aplikasi Markaz



Sumber: data diolah oleh peneliti

Diagram diatas menunjukkan jumlah klik yang dipilih oleh pengguna aplikasi Markaz dalam melihat dan memilih produk-produk lokal Wonosobo yang terdapat pada aplikasi. Jumlah tersebut dibagi menjadi produk kerajinan dengan 35%, produk makanan dengan 30%, homestay dengan 20%, dan lain-lain sebanyak 15%. Banyaknya user aktif dan produk yang telah diupload oleh pelaku usaha dalam aplikasi akan memberikan banyak pilihan kepada konsumen.

c. Manfaat

Aplikasi Markaz yang merupakan salah satu solusi digital UMKM dan sebagai marketplace yang dapat digunakan dan dimanfaatkan dengan baik karena

terdapat fitur-fitur yang sederhana sehingga memudahkan penggunaanya dalam menggunakannya. Pelaku usaha bisa menjual produk-produknya kepada konsumen secara luas sehingga bisa bersaing dengan pasar yang luas dengan konsumen yang berasal dari berbagai daerah. Sejalan dengan penjelasan dari Ibu Sapta selaku pengguna aplikasi Markaz (21/05/2025):

“Agar bisa bersaing dengan pasar yang luas dengan konsumen yang berasal dari manapun.”

Aplikasi Markaz UMKM dengan fitur-fitur sederhana sehingga memudahkan penggunaanya dalam menjual produk-produk kepada konsumen secara luas. Sejalan dengan penjelasan dari Ibu Kartini selaku pengguna aplikasi Markaz (23/05/2025):

“Close order ada dan jika ketemu temen-temen UMKM dari luar daerah akan jadi tau brandnya dan bisa dikenal oleh banyak orang.”

Produk yang dipasarkan pada aplikasi nantinya akan close order dan ini menjadi keuntungan bagi penjual. Close order ini menunjukkan bahwa produk yang dipasarkan memiliki kualitas yang bagus. Keuntungan tersebut akan memberikan peluang bagi pelaku usaha dalam memproduksi produk-produk jadi untuk dipasarkan secara luas. Bertemunya para pelaku usaha dari luar daerah akan membawa potensi untuk memperkenalkan dan mempromosikan brand produknya.

d. Tingkat kepuasan

Tingkat kepuasan ini mengukur apakah implementasi aplikasi Markaz dalam pelaksanaannya sudah memberikan kepuasan bagi para pelaku UMKM. Pelaku usaha sebagai pengguna aplikasi Markaz merasa puas karena aplikasi yang sederhana sehingga memudahkan pengguna dalam pemanfaatannya. Kadin dalam pelaksanaannya membantu pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi serta dengan adanya sosialisasi maupun pelatihan yang diadakan oleh Kadin membantu pelaku usaha dalam memahami aplikasi Markaz. Sejalan dengan penjelasan dari Ibu Kartini selaku pengguna aplikasi Markaz (23/05/2025):

“Puas dengan aplikasi Markaz karena aplikasi yang sederhana dan komunikasi dengan Kadin juga baik.”

Sejalan dengan penjelasan dari Ibu Widiyati selaku pengguna aplikasi Markaz (21/05/2025):

“Cukup puas karena aplikasinya sederhana dan membantu dalam proses jual beli produk.”

Sejalan dengan penjelasan dari Ibu Sapta selaku pengguna aplikasi Markaz (21/05/2025):

“Puas dengan aplikasi ini, kita ini belum tau banyak aplikasi lain dan belum tentu paham jadi dengan adanya aplikasi ini membantu dalam jual beli produk dengan konsumen.”

Aplikasi Markaz memberikan kemudahan bagi para pengguna dalam proses transaksi pada produk yang dipasarkan dan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelaku usaha. Pada proses pemanfaatan aplikasi Markaz, komunikasi dengan Kadin berjalan dengan baik sehingga memberikan pelayanan yang terarah dan optimal (Triana and Aryani 2021). Kadin memberikan pemahaman, pelatihan, serta pemantauan terhadap pengguna aplikasi Markaz sehingga proses pengenalan dan pengaplikasian berjalan lancar. Pelaku usaha mendapatkan pemahaman dan pelatihan dalam penggunaan aplikasi Markaz.

B. Faktor-Faktor Pelaksana Proses Implementasi Kebijakan Digitalisasi UMKM Melalui Aplikasi Markaz UMKM Kabupaten Wonosobo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator yang efektif dalam mencapai tujuan dan berdampak positif yaitu sumber daya manusia, manfaat, tingkat kepuasan, serta partisipasi dan keterlibatan stakeholder. Selain itu, indikator yang kurang efektif dalam mencapai tujuan yang target, capaian, kelancaran pelaksanaan, dan kepatuhan Berdasarkan hal tersebut terdapat dua faktor yaitu faktor pendukung dan penghambat, sebagai berikut:

1. Faktor Pendukung

a. Ketersediaan teknologi

Ketersediaan teknologi adalah adanya akses dan kemampuan untuk menggunakan berbagai jenis teknologi yang tersedia baik itu perangkat keras, perangkat lunak, maupun infrastruktur digital. Ketersediaan teknologi berupa inovasi dari Kadin Wonosobo dalam aplikasi Markaz UMKM. Berikut hasil wawancara dengan bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo (03/05/2025):

“Pada era sekarang, pelaku UMKM perlu bertransformasi dari konvensional ke digital dan sebagai Kadin punya tanggung jawab dalam mengembangkan aplikasi Markaz UMKM untuk membantu pelaku UMKM sebagai solusi jangka panjang.”

Digitalisasi pada UMKM berperan penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan daya pasar yang luas dengan memanfaatkan aplikasi yang terhubung

melalui whatsapp yang kebanyakan pelaku usaha sudah paham akan prosedurnya. Pelaku UMKM mau tidak mau memang harus mengikuti perkembangan teknologi yang cepat ini untuk bisa mengimbangnya sehingga akan ada peluang jangka panjang bagi para pelaku UMKM (Ramadhani, Yasifa, and Rizky 2024). Peluang jangka panjang dari adanya digitalisasi pada UMKM yaitu luasnya pasar yang dituju baik dilokal, nasional maupun internasional.

b. Perluasan promosi produk

Aplikasi Markaz UMKM bertujuan sebagai salah satu wadah yang digunakan untuk memperkenalkan produk lokal Wonosobo kepada calon konsumen dari berbagai daerah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sunaryono selaku Wakil Ketua Media dan Telemunikasi Kadin Wonosobo (22/05/2025):

“Aplikasi Markaz ini membantu promosi produk dari pengguna, mempermudah wisatawan dalam menjangkau produk lokal Wonosobo.”

Selaras dengan hasil wawancara dengan Ibu Kartini selaku pengguna aplikasi Markaz (23/05/2025):

“Tentunya dari temen-temen UMKM, produk jualnya banyak dikenal oleh kalangan luar karena promosi yang bagus diaplikasi.”

Produk-produk lokal Wonosobo menjadi dikenal secara luas dikalangan para konsumen dari berbagai daerah. Hal ini menjadi salah satu tujuan yang terlaksana yaitu untuk memperluas akses pasar. Melalui promosi yang ada pada aplikasi Markaz untuk produk-produk lokal dengan tampilan yang menarik dan berbagai produk yang disajikan.

c. Dukungan pemerintah dan promosi

Dukungan dari pemerintah dan adanya program untuk membantu mengembangkan UMKM. Dukungan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM, memperluas pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Kadin Wonosobo dalam programnya yaitu Gerakan Digitalisasi UMKM bersama Telkom Indonesia, Grebek Pasar bersama Paguyuban Pedagang Pasar Induk Wonosobo (PPPIW), serta adanya dukungan dari pemerintah daerah memberikan dorongan untuk pelaku usaha dalam pengetahuana dan keterampilan terkait pemasaran serta manajemen bisnis berbasis digital. Berikut hasil wawancara dengan bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo (03/05/2025):

“Pelaku usaha dari sosialisasi dan pelatihan mendapatkan pemahaman mengenai digitalisasi UMKM serta pemanfaatan digital untuk memasarkan produk yang mereka pasarkan kejangkauan yang lebih luas.”

Pelaku usaha UMKM dapat merasakan dampak positif dari pendampingan yang telah dilaksanakan. Pelaku usaha dapat mengenal lebih jauh mengenai digitalisasi UMKM, bagaimana memanfaatkan aplikasi Markaz sebagai marketplace untuk memasarkan produk, mengenal berbagai fitur didalam aplikasi dengan cara penggunaan masing-masing dan mengenal serta mengetahui pencatatan keuangan sederhana yang terdapat diaplikasi sehingga manajemen keuangan dapat tertuju dengan baik.

2. Faktor Penghambat

a. Kesadaran masyarakat terhadap adaptasi teknologi

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan tekanan bagi pelaku usaha untuk menyesuaikan diri secara cepat. Hambatan dalam mengimplementasikan kebijakan digitalisasi usaha mikro kecil menengah melalui aplikasi Markaz UMKM kepada pelaku usaha, berikut hasil wawancara dengan bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo sebagai implementor aplikasi markaz (03/05/2025):

“Masyarakat kota masih belum sadar terhadap digital karena hal ini sangat urgent di era sekarang dengan perkembangan teknologinya yang cepat sehingga jika kita tidak cepat tanggap maka para pelaku UMKM akan ketinggalan.”

Kesadaran masyarakat terhadap digital bagi UMKM perlu ditingkatkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform online, meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis serta meningkatkan daya saing antar pelaku UMKM. hal tersebut menjadi perhatian bagi Kadin Wonosobo khususnya sebagai implementor aplikasi Markaz untuk meningkatkan pengembangan aplikasi, meningkatkan kesadaran masyarakat terkait digitalisasi pada UMKM melalui sosialisasi maupun pelatihan.

b. Kurangnya kolaborasi dengan pemerintah

Kolaborasi dengan pemerintah dan stakeholder terkait akan memberikan dukungan serta inovasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM. Pada penelitian ini terdapat hambatan dari kolaborasi dengan pemerintah. Berikut hasil wawancara dengan bapak Dwi Sukatman selaku Ketua Kadin Wonosobo sebagai implementor aplikasi markaz (03/05/2025):

“Kurang respon dari pemerintah untuk berkolaborasi sehingga mengakibatkan beberapa plan menjadi terhambat.”

Kadin Wonosobo masih berupaya untuk tetap terus menjalin komunikasi dengan pemerintah untuk melakukan kerja sama dalam meningkatkan digitalisasi UMKM kepada pelaku usaha. Pemerintah berperan penting akan dalam digitalisasi UMKM untuk meningkatkan kelangsungan bagi para pelaku usaha. Kerja sama yang dilakukan akan meningkatkan kesejahteraan UMKM Wonosobo dan bisa lebih memperluas akses pasar.

KESIMPULAN

Implementasi kebijakan digitalisasi usaha mikro kecil menengah melalui aplikasi Markaz UMKM Kabupaten Wonosobo diukur melalui orientasi proses dan orientasi hasil. Pada orientasi proses, terdapat empat parameter yaitu sumber daya manusia, kepatuhan, partisipasi dan keterlibatan stakeholder, serta kelancaran pelaksanaan. Sosialisasi dan workshop yang diadakan oleh Kadin dengan bekerja sama dengan stakeholder terkait berhasil meningkatkan pemahaman pelaku usaha, namun terdapat kendala berupa kurangnya kesadaran pada masyarakat terhadap perkembangan digital dan kurangnya respon dari pemerintah untuk berkolaborasi mengakibatkan plan yang terhambat. Pada orientasi hasil, terdapat empat parameter meliputi target, capaian, manfaat, dan tingkat kepuasan. Aplikasi Markaz membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk secara luas dan bersaing di era digital dengan fitur-fitur sederhana yang terdapat dalam aplikasi dan mudah digunakan. Kadin Wonosobo berperan aktif dalam pengembangan aplikasi sehingga dapat dimanfaatkan secara efektif oleh penjual dan pembeli.

Terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhi implementasi kebijakan digitalisasi usaha mikro kecil menengah melalui aplikasi markaz UMKM Kabupaten Wonosobo. Faktor pendukung seperti ketersediaan teknologi dan kolaborasi dengan pemerintah sangat penting, sementara kesadaran masyarakat dan kolaborasi dengan pemerintah menjadi penghambat yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas program. Secara keseluruhan, implementasi kebijakan digitalisasi melalui aplikasi markaz UMKM menunjukkan efektivitas yang baik pada beberapa parameter, namun masih ada ruang untuk perbaikan pada aspek target dan kelancaran pelaksanaan.

IMPLIKASI PRAKTIS & TEORITIS

Berdasarkan pada hasil penelitian diatas dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan empiris, sebagai berikut:

1. Implikasi Empiris

Implementasi kebijakan digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah melalui aplikasi Markaz UMKM Kabupaten Wonosobo sudah terlaksana dengan baik, pengguna aplikasi khususnya para usaha mendapatkan dampak positif dan manfaat dengan adanya aplikasi tersebut dalam membantu mengembangkan dan memperkenalkan produk yang dihasilkan secara luas. Namun, perlunya pengembangan aplikasi agar lebih memudahkan dalam proses jual beli serta kolaborasi stakeholder maupun pihak-pihak terkait agar aplikasi Markaz UMKM ini semakin dikenal dikalangan luas dan bisa membantu para pelaku usaha.

2. Implikasi Teoritis

Secara teori, keberhasilan pada implementasi kebijakan digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah melalui aplikasi Markaz UMKM Kabupaten Wonosobo dalam meningkatkan dan mengenalkan produk local kepada Masyarakat luas dengan pengembangan teknologi digital sebagai wadahnya. Dilihat dari tingkat keberhasilannya pada orientasi proses dan orientasi hasil memiliki tingkat keberhasilan yang tinggi mulai dari sumber daya manusia, target, manfaat, tingkat kepuasan, capaian, partisipasi dan keterlibatan stakhoder, kelancaran pelaksanaan, serta kepatuhan.

REKOMENDASI PENELITIAN

1. Evaluasi dampak jangka pandang dan keberlanjutan usaha mikro kecil menengah dan digitalisasi UMKM di Kabupaten Wonosobo
2. Pengemangan kemitraan dengan pihak-pihak terkait yang strategis untuk peningkatan aplikasi Markaz UMKM
3. Studi komparatif fitur aplikasi Markaz UMKM dengan platform e-commerce lain untuk mengidentifikasi peluang dalam pengembangan fitur di aplikasi Markaz UMKM
4. Analisis efektivitas program pelatihan dan pendampingan mengenai digitalisasi UMKM melalui aplikasi Markaz UMKM

REFERENCES

- Anggraeni, Wilfarda Charismanur, Wulan Puspita Ningtiyas, and Nurdiyah Mufidatul Alimah. 2021. "Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi." *Journal of Government and Politics* 3(1):47-65.
- Annisa Tri Hidayati, Aditya Eka Widyanoro, and Hertas Jelang Ramadhani. 2023. "Perancangan Sistem Informasi Wirausaha Mahasiswa (Siwirma) Berbasis Web Dengan Unified Modelling Language (UML)." *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik* 2(4):86-107. doi: 10.55606/juprit.v2i4.2906.

- Arifqi, Moh. Musfiq. 2021. "Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah Di Masa Pandemi Covid-19." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 3(2):192–205. doi: 10.47467/alkharaj.v3i2.311.
- Astutik, Wulan Widia, Suhesti Ningsih, and Sri Laksmi Pardanawati. 2024. "Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Teknologi Informasi, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Boyolali." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 1(4):33–47.
- Aufa, Ismaul, M. Elfan Kaukab, and Ahmad Fahmi Nugroho. 2023. "Peran Pemerintah Kabupaten Wonosobo Dalam Pemulihan UMKM Pasca Pandemi Covid-19." *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business* 2(1):30–44.
- Bowo, Ferdian Arie. 2023. "Penguatan Umkm Melalui Pembayaran Digital: Strategi Digital Marketing Dalam Era Baru." *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif* 22(2):135–40.
- Evangeulista, Gisheilla, Alferina Agustin, Guntur Pramana Edy Putra, Destiana Tunggal Pramesti, and Harries Madiistriyatno. 2023. "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi." *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS* 16:33.
- Fiantika, Wasil M, Jumiyati, Honesti, Wahyuni, Jonata, Et. a. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Firdausya, Lily Zahra, and Dicky Perwira Ompusunggu. 2023. "Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Digital Abad 21." *Tali Jagad Journal* 1(1):16–20.
- kadinwonosobo.org. 2022. "Launching Aplikasi MARKAZ Dan Pelantikan Kepengurusan KADIN." *Kadin Wonosobo*. Retrieved (<https://www.kadinwonosobo.org/?s=umkm>).
- Laksono, FX Anjar Tri, Santi Dwi Astuti, Asmoro Widagdo, and Sachrul Iswahyudi. 2021. "Peningkatan Kemampuan Digitalisasi Promosi Dan Pemasaran Produk Kelompok Eks-Buruh Migran Di Kabupaten Wonosobo." *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 17(1):13–26.
- Lusianingrum, Farah Putri Wenang, Widya Nur Bhakti Pertiwi, Johan Widikusyanto, Andini Puspitasari, and Naharotul Izza Rahmah. 2022. "Transformasi Komunikasi Pemasaran Pada UMKM Melalui Pendampingan Dalam Mengelola Konten Media Sosial." *Jurnal Kuat* 5(01):120–29.

- Maesaroh, Syti Sarah, Asep Nuryadin, Yogi Prasetyo, and Ardli Swardana. 2021. "Pelatihan Manajemen Keuangan Berbasis Digital Pada UMKM Kota Tasikmalaya." *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)* 2(2):86–93. doi: 10.36590/jagri.v2i2.179.
- Muhardono, Ari, Danang Satrio, Heni Indah Lestari, and Ahmad Adi Fadhillah. 2022. "Pelatihan Optimalisasi Facebook Marketing Dan Konten Strategi Foto Produk Pada UMKM Kampung ATBM Desa Cepagan." *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(4):192–99. doi: 10.55824/jpm.v1i4.110.
- Mulyawan, Tedi, Rulyanti Susi Wardhani, and Julia. 2021. "Minat Penggunaan Sebagai Variabel Moderasi Dalam Penggunaan Aplikasi Lamikro Terhadap Kinerja UMKM Kota Pangkalpinang." *Jurnal Perencanaan Pembangunan Dan Inovasi* 1(1):12–25.
- Natsir, Khairina, and Alfredo Marthen Waani. 2023. "Pelatihan Pencatatan Keuangan Umkm Berbasis Digital." *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 6(1):55–64. doi: 10.24912/jbmi.v6i1.20964.
- Ningsih, Ayup Suran, Rini Fidiyani, Rasdi, Asmara Ramli, Dani Muhtada, Holy Latifah Hanum, Maulida Nurul Khomariyah, Fadilla Elza Aida Putri, and Harumsari Puspa Wardhani. 2025. "Peningkatan Pemahaman Legalitas Usaha Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah Pada Masyarakat Desa Mergosari Kabupaten Wonosobo." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 6(2):3268–76.
- Nurhayati, Eni Candra, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sains Al-qurán, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, and Universitas Sains Al-qurán. 2023. "Penerapan Strategi UMKM Melalui Digitalisasi Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Wonosobo Wawasan Serta Inspirasi Bagi UMKM Lainnya Guna Menerapkan Strategi Digitalisasi , Serta." *Jurnal Ekonomika* 45 10(2).
- Pramono, Joko. 2020. *Implementasi Dan Evaluasi Kebijakan Publik*.
- Prayogi, Arditya, and M. Ikhwanu. Kirom. 2022. "Pendampingan Pengembangan Digitalisasi Umkm Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal." *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)* 3(1):14–24. doi: 10.52060/jppm.v3i1.652.
- Rahmah, Itsnaini, M. Elfan Kaukab, Wiji Yuwono, Fakultas Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, and Riwayat Artikel. 2020. "Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM." *Jurnal Capital* (2):30–50.

- Rahman, Sarli, Fadrul, Suyono, Onny Setyawan, Achmad Tavip Junaedi, and Nicholas Renaldo. 2025. "Digital Competitive Advantages of MSMEs and the Antecedents Factor (Digital Creativity and Digital Culture)." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 11(3):100585. doi: 10.1016/j.joitmc.2025.100585.
- Ramadhani, Siti, Aufa Yasifa, and Ridho Rizky. 2024. "Digitalisasi Administrasi Di Mi." *Jurnal Mappesona* 7(2):65-74.
- Rizkita, Marsya Aulia, Agung Winarno, Hadi Suwono, and Nik Ahmad Nizam Nik Malek. 2025. "Integrating Cultural Adaptation in Digital Marketing Strategies: Enhancing Competitiveness and Sustainability in MSMEs of Java, Indonesia." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 11(3):100609. doi: 10.1016/j.joitmc.2025.100609.
- Sari, Jayanti Armida, and Bambang Agus Diana. 2024. "Dampak Transformasi Digitalisasi Terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan." *Jurnal Pemerintahan Dan Politik* 9(2):88-96. doi: 10.36982/jpg.v9i2.3896.
- Sari, Rike Tias Pemanis, and Ni Luh Ratih Maha Rani. 2021. "Efektivitas Penggunaan Digital Marketing Untuk Promosi Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Petoss Mbok Sarinten Wonosobo." *Komunikasiana: Journal of Communication Studies* 3:109. doi: 10.24014/kjcs.v0i0.14180.
- Tantra, Isa Maulana. n.d. "Geografis Kabupaten Wonosobo." *Kabupaten Wonosobo*.
- Triana, Eva Agus, and Lina Aryani. 2021. "Inovasi Pelayanan Publik Melalui Aplikasi 'Durenmas' Oleh Dinas Kependudukan & Pencatatan Sipil (Dindikcapil) Kabupaten Banjarnegara." *Jurnal Pemerintahan Dan Politik* 6(3):94-100. doi: 10.36982/jpg.v6i3.1774.
- Wahyuni, Dewi, and Indra Surya Permana. 2024. "Pendampingan Digitalisasi UMKM Di Kota Cirebon: Meningkatkan Daya Saing Melalui Transformasi Teknologi." *Jurnal Aspirasi Masyarakat* 1(1):9-19.
- Yuscintara, Brigita Andriana, and Ai Hendrani. 2022. "Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Tangerang." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5(1):257-63. doi: 10.32670/fairvalue.v5i1.2265.