

## STRATEGI DIGITAL UMKM UTAMA VEGETARIAN: PENGEMBANGAN SITUS WEB UNTUK PEMASARAN GLOBAL

Wisnu Yuwono<sup>1</sup>

Sandy Putra<sup>2</sup>

Universitas Internasional Batam<sup>1,2</sup>

wisnu.yuwono@uib.ac.id<sup>1</sup>

2141191.sandy@uib.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan situs web yang dapat meningkatkan kehadiran digital dan mendukung ekspansi pasar Utama Vegetarian, sebuah usaha kecil yang menyediakan produk makanan vegetarian berkualitas. Metode pelaksanaan terdiri dari tiga tahap utama: analisis kebutuhan, pengembangan situs web menggunakan platform Wix, dan pelatihan kepada mitra untuk mengelola situs secara mandiri. Teknik analisis yang digunakan termasuk wawancara semi-terstruktur dan observasi langsung terhadap operasional bisnis untuk memahami tantangan yang dihadapi mitra dalam memperluas jangkauan pasar dan mengelola identitas merek. Selain itu, pengumpulan data sekunder juga dilakukan untuk menilai tren global dalam industri makanan vegan, yang mendukung pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Hasil dari kegiatan ini adalah terciptanya sebuah situs web yang ramah pengguna, dengan fitur seperti katalog produk, artikel edukasi, dan integrasi *e-commerce*, yang dapat meningkatkan interaksi pelanggan dan memperluas pasar Utama Vegetarian baik secara lokal maupun internasional. Selain itu, mitra juga kini memiliki panduan praktis dan keterampilan untuk mengelola situs secara mandiri, yang mendukung keberlanjutan dan pengembangan bisnis di masa depan. Begitu pula, situs ini dirancang dengan fitur yang siap untuk pengembangan lebih lanjut, termasuk integrasi analitik dan opsi pembayaran internasional, sehingga memungkinkan ekspansi lebih luas ke pasar global.

**Kata Kunci:** ekspansi pasar, pengembangan situs web, pemasaran digital

### ABSTRACT

*This community service project aims to develop a website that can enhance the digital presence and support the market expansion of Utama Vegetarian, a small business that provides high-quality vegetarian food products. The implementation method consists of three main stages: needs analysis, website development using the Wix platform, and training the partner to manage the website independently. The analysis techniques used include semi-structured interviews and direct observations of the business operations to understand the challenges faced by the partner in expanding market reach and managing brand identity. Additionally, secondary data collection was also carried out to assess global trends in the vegan food industry, which supports the development of more effective digital marketing strategies. The outcome of this project is the creation of a user-friendly website with features such as a product catalog, educational articles, and e-commerce integration, which can enhance customer interaction and expand the market of Utama Vegetarian both locally and internationally. Furthermore, the partner now has a practical guide and the skills to manage the website independently, supporting the sustainability and future development of the business. Additionally, the website is designed with features ready for further development, including analytics integration and international payment options, enabling broader expansion into the global market.*

**Keywords:** market expansion, website development, digital marketing

### PENDAHULUAN

Peningkatan kesadaran global akan gaya hidup sehat dan berkelanjutan telah mendorong

pertumbuhan pasar makanan vegan secara signifikan. Pada tahun 2021, pasar makanan vegan global diperkirakan bernilai \$35,6 miliar dan diperkirakan akan tumbuh menjadi \$91,9 miliar pada tahun 2027 dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 18,1% (BCC Research, 2022). Tren ini mencerminkan peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis seperti Utama Vegetarian, yang menyediakan produk makanan vegetarian berkualitas. Meskipun Utama Vegetarian telah berhasil memasarkan produk melalui berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, ketergantungan pada platform-platform ini membatasi kemampuan bisnis untuk memperluas jangkauannya secara internasional dan meningkatkan kontrol terhadap identitas merek mereka (Yuwono, Novandari, et al., 2024).

Utama Vegetarian telah berhasil mencapai omzet rata-rata Rp54 juta per bulan. Namun, fluktuasi pendapatan dan keterbatasan dalam pengelolaan digitalisasi menunjukkan tantangan besar dalam mencapai potensi pasar yang lebih luas (Hartono et al., 20204). Pasar makanan vegan yang terus berkembang ini mengindikasikan bahwa tanpa adanya situs web profesional, potensi ekspansi global bisnis ini akan terbatas. Hal ini diperparah dengan kenyataan bahwa 84% merek gagal memanfaatkan atribut produk yang dicari konsumen online, yang membuat produk mereka tidak mudah ditemukan oleh calon pelanggan (NielsenIQ, 2024).

Seiring dengan itu, data menunjukkan bahwa pemasaran makanan secara *online* di Indonesia hanya menyumbang 2,6% dari total pendapatan pasar makanan, yang menandakan adanya peluang besar untuk memperkuat kehadiran digital (Statista, 2024). Transformasi digital, seperti yang terbukti dalam kegiatan pengabdian sebelumnya, mampu meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi, dan keterlibatan pelanggan, menjadikannya strategi utama dalam pengembangan UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan pasca-pandemi (Wahyuni & Permana, 2024). Oleh karena itu, untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pangsa pasar secara internasional, Utama Vegetarian memerlukan strategi digital yang lebih kuat, yang dapat dicapai melalui pengembangan situs web yang ramah pengguna dan dioptimasi dengan SEO (Yuwono, Triwibowo, et al., 2024). Situs web yang tepat, Utama Vegetarian dapat memperkenalkan produknya secara global dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih kohesif bagi pelanggan.

Melalui pengembangan situs web yang dirancang untuk mendukung pemasaran global, Utama Vegetarian akan dapat memperluas jangkauan pelanggan secara signifikan. Situs web ini akan mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi produk, lokasi usaha, serta membeli produk langsung melalui platform *e-commerce* yang terintegrasi. Situs ini tidak hanya akan memperluas jangkauan pasar lokal, tetapi juga membuka peluang ekspansi ke pasar internasional yang terus berkembang, terutama di wilayah yang memiliki kesadaran tinggi terhadap makanan berbasis tanaman dan gaya hidup berkelanjutan (Spherical Insights, 2024). Peningkatan visibilitas bisnis di pasar global melalui pengembangan situs web yang dioptimalkan untuk mesin pencari juga akan menjadi sangat penting untuk pertumbuhan jangka panjang (Huang & Benyoucef, 2017).

Penelitian oleh Small Business Majority (2023) menunjukkan bahwa 51% dari bisnis yang memiliki situs web melaporkan peningkatan lalu lintas *online* dan peningkatan penjualan dibandingkan dengan bisnis yang tidak memiliki situs. Google & Kelton (2016) juga mencatat bahwa lebih dari 78% konsumen mengatakan mereka mencari informasi produk secara *online* sebelum melakukan pembelian, yang semakin menekankan pentingnya memiliki keberadaan digital yang kuat. Situs web tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital, tetapi juga sebagai platform utama untuk interaksi dengan pelanggan, memberikan informasi produk, dan membangun otoritas merek melalui konten yang relevan dan berkualitas (Vervology, 2023).

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk menciptakan situs web yang tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran digital, tetapi juga sebagai dasar untuk pertumbuhan bisnis yang lebih besar. Dengan optimasi SEO dan integrasi *e-commerce* yang sudah ada, situs web ini diharapkan dapat meningkatkan lalu lintas situs sebesar 10% dalam tiga bulan pertama setelah peluncuran, serta

meningkatkan pendapatan sebesar 5% dalam waktu enam bulan.

## **METODE**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahap utama: perencanaan, pengembangan situs web, dan pelatihan serta implementasi. Tahap pertama dimulai dengan analisis mendalam terhadap kebutuhan bisnis Utama Vegetarian. Melalui wawancara dengan pemilik bisnis, penulis memahami tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun identitas merek yang kuat. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali informasi lebih dalam, memungkinkan mitra untuk memberikan jawaban yang lebih luas dan mendalam tentang kebutuhan bisnis mereka (Creswell & Creswell, 2017). Berdasarkan temuan ini, penulis merumuskan konsep situs web yang sesuai dengan kebutuhan pasar, memilih platform Wix sebagai solusi yang mudah dioperasikan, fleksibel, dan terjangkau (Zen et al., 2022). Wix menawarkan antarmuka intuitif yang memungkinkan mitra untuk mengelola konten situs tanpa memerlukan keahlian teknis yang mendalam. Selain itu, Wix menyediakan beragam fitur bawaan, seperti integrasi dengan *e-commerce* dan optimasi SEO, yang dirancang untuk mendukung bisnis kecil seperti Utama Vegetarian dalam membangun kehadiran digital yang profesional. Pilihan ini juga didasarkan pada efisiensi biaya, mengingat kebutuhan mitra untuk menjaga anggaran tetap terkendali, sekaligus memastikan kemudahan dalam pengembangan situs di masa depan. Selain itu, penulis juga melakukan riset pasar untuk memastikan kesesuaian dengan tren global dalam industri makanan vegan yang berkembang pesat.

Setelah tahap perencanaan, penulis melanjutkan ke pengembangan situs web. Desain situs mencakup halaman-halaman utama yang menampilkan profil bisnis, katalog produk yang terstruktur dengan baik, artikel edukasi terkait gaya hidup vegetarian, dan seksi kontak untuk memudahkan interaksi dengan pelanggan. Pengembangan situs dilakukan dengan penerapan strategi SEO untuk memastikan visibilitas optimal di mesin pencari, meningkatkan peluang bisnis untuk ditemukan oleh audiens lokal dan internasional. Penulis juga menguji fungsionalitas situs secara menyeluruh untuk memastikan bahwa setiap fitur bekerja dengan baik. Pada tahap ini, observasi langsung juga dilakukan untuk memahami lebih jauh dinamika operasional harian dan penggunaan platform digital yang ada, yang memberikan wawasan lebih dalam tentang perilaku dan pola yang sulit didapatkan hanya melalui wawancara (Patton, 2014).

Setelah situs selesai, tahap berikutnya adalah pelatihan bagi mitra Utama Vegetarian untuk mengelola situs secara mandiri (Yuwono et al., 2025). Pelatihan ini fokus pada pengelolaan konten situs, seperti cara memperbarui produk, menambahkan artikel baru, dan mengelola halaman informasi lainnya. Setelah pelatihan, situs web diperkenalkan kepada pelanggan melalui saluran media sosial dan pemasaran digital lainnya. Pendekatan ini bertujuan untuk memperkenalkan situs secara luas dan memastikan bahwa mitra merasa percaya diri dalam mengelola situs untuk kepentingan jangka panjang (Yuwono, Tajudin, et al., 2024).

Tahap terakhir adalah evaluasi, yang dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari mitra mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan situs, serta memantau data dari alat analitik untuk menilai dampaknya terhadap lalu lintas situs dan penjualan. Dokumentasi hasil evaluasi ini, sesuai dengan pedoman yang ditetapkan oleh Flick (2022), memastikan validitas data yang tinggi dan memberikan wawasan yang mendalam untuk penyesuaian lebih lanjut. Berdasarkan hasil evaluasi ini, penulis akan memberikan rekomendasi perbaikan dan pengembangan lebih lanjut untuk memastikan situs tetap relevan dan berfungsi optimal dalam mendukung pertumbuhan bisnis.

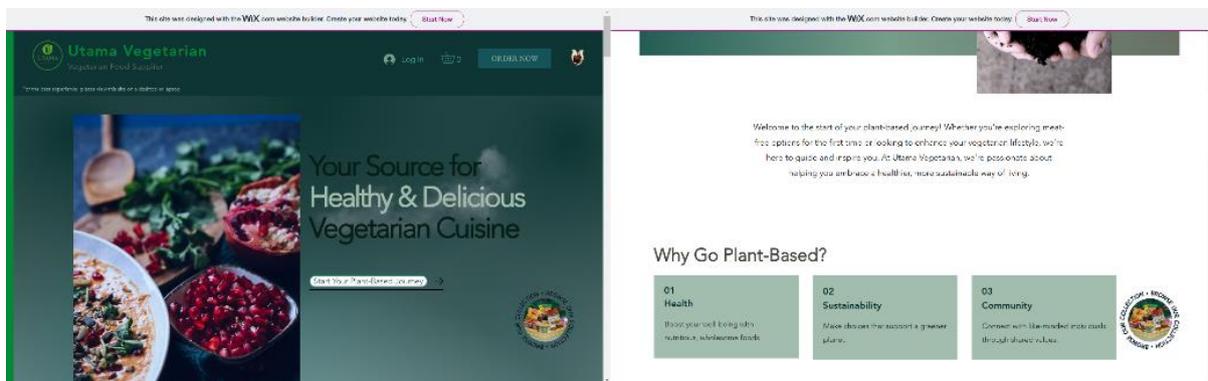
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan dua luaran utama, yaitu sebuah situs web yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan digital Utama Vegetarian dan sebuah panduan praktis untuk pengelolaan

Strategi Digital UMKM Utama Vegetarian: Pengembangan Situs WEB Untuk Pemasaran Global

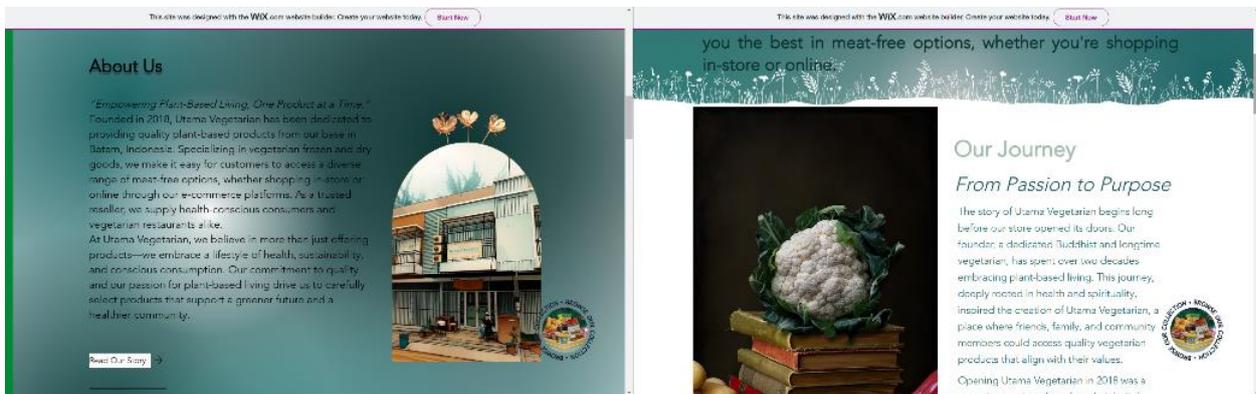
situs secara mandiri. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan Utama Vegetarian platform digital yang profesional dan fleksibel, sekaligus memastikan mereka dapat terus mengembangkan situs sesuai kebutuhan di masa depan.

Situs web yang dirancang memiliki struktur intuitif yang memudahkan pengunjung untuk menjelajahi berbagai fitur dan konten. Halaman utama menampilkan pengenalan tentang vegetarianisme, cerita di balik pendirian bisnis, serta produk unggulan yang tersedia. Bagian pengenalan pada halaman utama, seperti ditampilkan pada Gambar 1, menyambut pengunjung dengan informasi singkat dan tata letak yang ramah pengguna. Tampilan ini dirancang untuk menarik perhatian pelanggan baru, memberikan kesan profesional, dan memperkuat citra merek. Sementara itu, bagian cerita (Gambar 2) dirancang untuk memberikan latar belakang mendalam tentang bisnis, menyoroti nilai-nilai perusahaan yang relevan dengan pasar global yang peduli terhadap keberlanjutan. Halaman produk unggulan, sebagaimana terlihat pada Gambar 3, memberikan sekilas pandang tentang berbagai produk utama yang tersedia, mendorong pengunjung untuk menjelajahi lebih lanjut.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

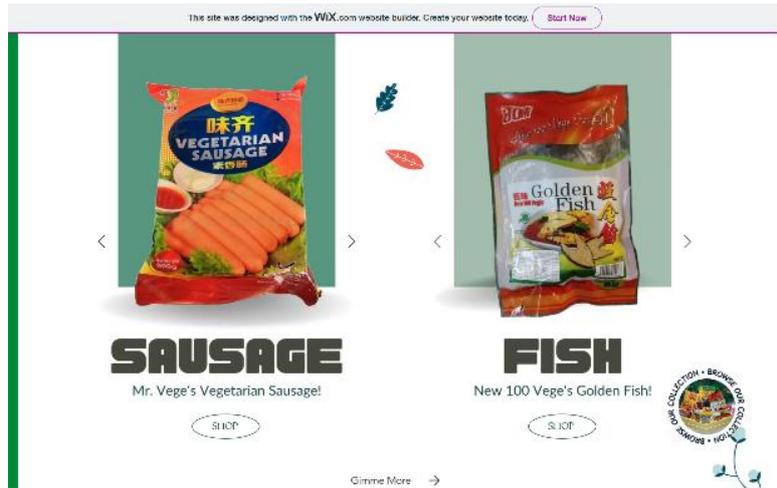
**Gambar 1.** Tampilan Halaman Utama Bagian Pengenalan dan Halaman Detail Pengenalan Situs



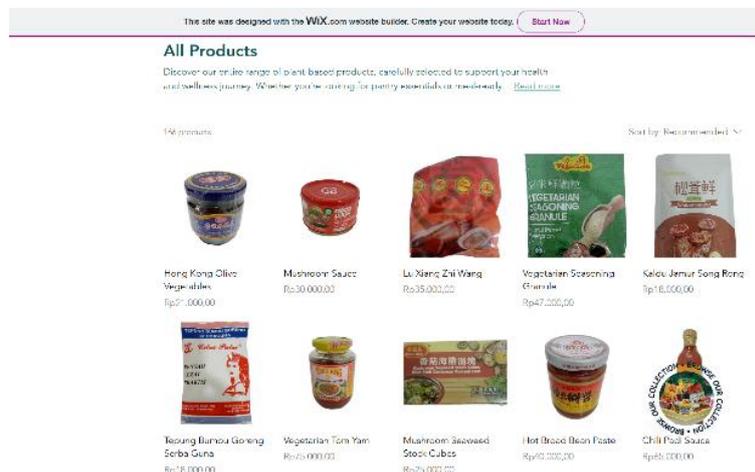
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

**Gambar 2.** Tampilan Halaman Utama Bagian Cerita dan Halaman Detail Cerita Situs

Salah satu fitur utama adalah katalog produk, yang memungkinkan pelanggan mencari produk sesuai kategori, dengan setiap produk dilengkapi deskripsi terperinci, bahan utama, dan cara penyajian. Fitur ini memberikan transparansi kepada pelanggan sekaligus mempermudah mereka dalam menentukan pilihan. Halaman katalog (Gambar 4) dirancang untuk memudahkan navigasi produk, sedangkan halaman produk spesifik (Gambar 5) menyajikan deskripsi dan informasi produk secara rinci, memberikan pelanggan semua informasi yang diperlukan sebelum melakukan pembelian



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)  
**Gambar 3.** Tampilan Halaman Utama Bagian Produk Unggulan Situs

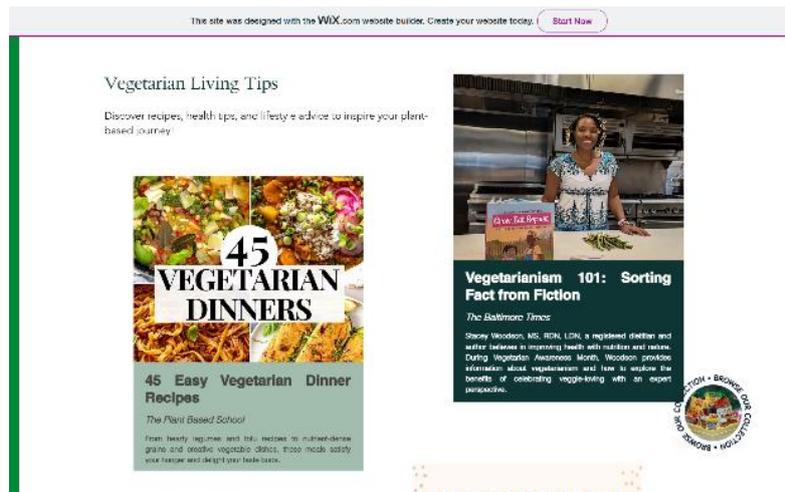


(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)  
**Gambar 4.** Tampilan Halaman Katalog Situs



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)  
**Gambar 5.** Tampilan Halaman Produk Spesifik Situs

Selain fungsi ini, situs juga menyediakan ruang untuk artikel edukasi, seperti resep dan tips kesehatan yang relevan dengan gaya hidup vegetarian. Artikel-artikel tersebut dipilih untuk meningkatkan daya tarik situs dan memberikan nilai tambah bagi pengunjung, sembari membantu meningkatkan visibilitas situs melalui optimasi SEO berbasis konten. Menggunakan desain ini, konten dapat terus diperbarui dan diarsipkan secara berkala, memastikan situs selalu menawarkan informasi yang segar dan relevan. Gambar 6 menampilkan halaman utama bagian artikel, yang berfungsi untuk mendukung kebutuhan informasi pengunjung dengan konten berkualitas yang edukatif dan membangun kepercayaan sebagai sumber informasi terpercaya di bidang vegetarianisme.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

**Gambar 6.** Tampilan Halaman Utama Bagian Artikel Situs

Selain pengembangan situs web, kegiatan pengabdian ini juga menghasilkan panduan praktis untuk memastikan mitra dapat mengelola situs secara mandiri. Panduan ini mencakup langkah-langkah sistematis untuk memperbarui produk, menambah artikel, mengganti gambar, dan menyesuaikan konten lainnya. Bahasa yang digunakan dalam panduan sengaja disederhanakan agar mudah dipahami oleh pengguna dengan latar belakang teknis yang minim. Kegiatan pengabdian ini juga melibatkan pelatihan langsung kepada mitra, yang memberikan demonstrasi pengelolaan situs secara praktis. Dengan pelatihan ini, mitra kini merasa lebih percaya diri dalam mengelola situs mereka dan lebih siap untuk menghadapi tantangan operasional di masa depan.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

**Gambar 7.** Cover Panduan Praktis Pemutakhiran Materi Website



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

**Gambar 8.** Dokumentasi Sesi Pelatihan Penggunaan Situs bersama Mitra

Salah satu aspek penting dari desain situs ini adalah fokus pada kesiapan untuk pengembangan lebih lanjut. Meskipun saat ini fitur seperti pemesanan daring/pembayaran digital belum diterapkan, struktur situs telah disiapkan untuk integrasi di masa depan, meminimalkan kebutuhan untuk melakukan perubahan besar jika fitur baru akan ditambahkan. Hal serupa juga berlaku untuk analitik situs: walaupun penggunaan alat analitik seperti Google Analytics masih dalam tahap perencanaan, saat ini Wix Analytics yang terintegrasi dapat digunakan untuk sementara, dan situs ini telah dioptimalkan untuk SEO sehingga visibilitasnya di mesin pencari meningkat dan peluang menjangkau audiens baru lebih besar. Dengan demikian, Utama Vegetarian dapat mulai memanfaatkan analitik untuk melacak jumlah pengunjung, halaman populer, dan perilaku pengguna.

Meskipun kegiatan pengabdian ini telah mencapai sebagian besar target, beberapa tantangan masih perlu diperhatikan, terutama terkait pemeliharaan konten secara rutin. Untuk memastikan situs tetap menarik dan relevan, mitra perlu secara berkala memperbarui katalog produk, menambah artikel baru, dan memperbaiki informasi yang tidak lagi akurat. Selain itu, penggunaan alat analitik yang lebih mendalam akan menjadi langkah penting untuk memantau kinerja situs secara berkelanjutan dan memberikan data yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah memberikan Utama Vegetarian sebuah platform digital yang memenuhi kebutuhan saat ini sekaligus siap untuk ekspansi di masa depan. Dengan pelatihan dan panduan yang diberikan, mitra kini memiliki kendali penuh atas pengelolaan situs, sambil memiliki fondasi yang kuat untuk terus mengembangkan situs mereka sesuai dengan kebutuhan bisnis yang terus berkembang.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan digital Utama Vegetarian. Pengembangan situs web yang intuitif dan sesuai dengan kebutuhan mitra tidak hanya meningkatkan profesionalisme pemasaran mereka, tetapi juga memperkuat citra merek. Situs ini, yang dilengkapi dengan fitur-fitur utama seperti katalog produk, artikel edukasi, dan integrasi *e-commerce*, memudahkan pelanggan untuk mengakses informasi dan melakukan pembelian. Selain itu, pelatihan dan panduan praktis yang disediakan memastikan mitra dapat mengelola situs secara mandiri, memungkinkan mereka untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pasar.

Situs ini juga dirancang untuk berkembang seiring waktu, dengan integrasi fitur tambahan seperti analitik dan pembayaran daring yang siap ditambahkan. Situs ini tidak hanya memenuhi kebutuhan saat ini, tetapi juga mempersiapkan Utama Vegetarian untuk ekspansi pasar dan inovasi digital di masa

depan.

Memaksimalkan potensi situs yang telah dikembangkan, beberapa langkah dapat dilakukan mitra ke depannya. Pertama, mengoptimalkan konten dan SEO untuk meningkatkan visibilitas situs di mesin pencari, terutama dengan memperbarui katalog produk dan artikel edukasi secara rutin. Selain itu, penggunaan alat analitik seperti Google Analytics dapat membantu melacak metrik penting seperti jumlah pengunjung unik dan konversi penjualan, yang akan memberikan wawasan lebih mendalam tentang kinerja situs dan efektivitas strategi pemasaran. Mitra juga disarankan untuk mengembangkan fitur tambahan seperti sistem pembayaran internasional, yang akan memudahkan pelanggan global dan mendukung ekspansi pasar. Langkah-langkah ini, bersama dengan pelatihan lanjutan, akan memastikan situs terus berkembang dan mendukung tujuan ekspansi bisnis Utama Vegetarian, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Universitas Internasional Batam atas dukungan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Selain itu, penghargaan yang tulus diberikan kepada Utama Vegetarian sebagai mitra pengabdian yang telah memberikan kepercayaan dan kerja sama yang baik, serta kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu kelancaran kegiatan pengabdian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- BCC Research. (2022). *Vegan food: Global markets* (Report No. FOD113A). BCC Research. <https://www.bccresearch.com/market-research/food-and-beverage/global-vegan-food-market.html>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications. <https://cumming.ucalgary.ca/sites/default/files/teams/82/communications/Creswell%202003%20-%20Research%20Design%20-%20Qualitative%2C%20Quantitative%20and%20Mixed%20Methods.pdf>
- Flick, U. (2022). *An introduction to qualitative research*. Sage publications. [https://order-papers.com/sites/default/files/tmp/webform/order\\_download/pdf-an-introduction-to-qualitative-research-uwe-flick-pdf-download-free-book-2a466da.pdf](https://order-papers.com/sites/default/files/tmp/webform/order_download/pdf-an-introduction-to-qualitative-research-uwe-flick-pdf-download-free-book-2a466da.pdf)
- Google & Kelton. (2016). *How digital innovations influence consumer expectations* [Data set]. Think with Google. <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/consumer-product-research-statistics/>
- Hartono, B., Fitriana, Y. R., Hapsari, S. N., Syakina, N., & Jati, F. K. K. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Daleman Kidul Melalui Rumah Sampah Digital Nawasena Kemala. *Aspirasi Masyarakat*, 1(1), 34-42.
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2017). The effects of social commerce design on consumer purchase decision-making: An empirical study. *Electronic Commerce Research and Applications*, 25, 40-58. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2017.08.003>
- NielsenIQ. (2024, September 26). *Key plant-based market trends 2024*. <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/plant-based-trends-2024/>
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications. <https://books.google.co.id/books?id=ovAkBQAAQBAJ>

- Small Business Majority (2023). *Digital transformation: Small businesses face obstacles, opportunities in growing their online presence*. Small Business Majority. <https://smallbusinessmajority.org/sites/default/files/research-reports/small-businesses-face-obstacles-opportunities-growing-online-presence.pdf>
- Spherical Insights. (2024). *Global vegan food market* (Report No. SI5374). Spherical Insights. <https://www.bccresearch.com/market-research/food-and-beverage/global-vegan-food-market.html>
- Statista. (2024). *Food - Indonesia*. Statista. Retrieved October 3, 2024, from <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/indonesia>
- Vervology. (2023, August 8). *Digital presence: A comprehensive guide for small businesses*. <https://smallbusinessmajority.org/sites/default/files/research-reports/small-businesses-face-obstacles-opportunities-growing-online-presence.pdf>
- Wahyuni, D., & Permana, I. S. (2024). Pendampingan digitalisasi UMKM di Kota Cirebon: Meningkatkan daya saing melalui transformasi teknologi. *Aspirasi Masyarakat*, 1(1), 9-19. <https://journal.iconpublisherindonesia.com/index.php/asmara/article/view/13>
- Yuwono, T., Novandari, W., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2025). The importance of ICT adoption on MSMEs performance: the mediating role of distinctive competencies. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. <https://doi.org/10.1108/JEC-06-2024-0113>
- Yuwono, T., Novandari, W., Suroso, A., & Sudarto. (2024). Information and communication technology among MSMEs: Drivers and Barriers. *The Eastasouth Management and Business*, 3(1), 101–109.
- Yuwono, T., Tajudin, T., Triwibowo, R. N., Sefiani, H. N., & Anggaraksa, W. (2024). Pelatihan Digital Marketing dan Pendampingan Legalitas Untuk Mengembangkan Usaha UMKM Entrepreneur Expo UNAIC. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, 6(1), 36–42.
- Yuwono, T., Triwibowo, R. N., Tajudin, T., & Sefiani, H. N. (2024). *Digital Marketing UMKM*. UNAIC Press Cilacap.
- Zen, Z., Reflianto, Syamsuar, & Ariani, F. (2022). Academic achievement: The effect of project-based online learning method and student engagement. *Heliyon*, 8(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11509>