

PENINGKATAN KAPASITAS KELOMPOK PKK MELALUI PENDAMPINGAN UMKM BERBASIS INOVASI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING EKONOMI

Lailatur Rahmi^{1*}, Triyatno², Rahmulyani Fitriah³, Yulia Permata Sari⁴

¹Pendidikan Geografi, Universitas Negeri Padang, Indonesia

²Magister Pendidikan Geografi, Universitas Negeri Padang, Indonesia

^{3,4}Universitas Negeri Padang, Indonesia

lailaturrahmi@fis.unp.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Nagari Malalak Barat di Kabupaten Agam merupakan sentra kayu manis yang berpotensi besar untuk pengembangan UMKM. Namun, pengelolaan usaha masih menghadapi kendala pada aspek promosi, penentuan harga pokok produksi, standar mutu produk, akses pasar, dan legalitas usaha. Kondisi ini membuat daya saing produk belum optimal sehingga diperlukan upaya pendampingan yang terarah untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM. Untuk menjawab permasalahan tersebut, program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui kegiatan sosialisasi ekonomi digital, pelatihan penentuan harga pokok produksi, pelatihan peningkatan kualitas produk, dan pelatihan promosi digital. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional, memperbaiki kualitas dan nilai tambah produk, serta memperluas akses pasar melalui pemanfaatan platform digital sehingga daya saing ekonomi masyarakat dapat meningkat secara berkelanjutan. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan partisipatif, pendampingan teknis, serta monitoring dan evaluasi secara berkala dengan melibatkan mitra ibu-ibu PKK sebanyak 35 orang. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam menghitung biaya produksi dengan lebih tepat, menerapkan standar mutu secara konsisten, dan memanfaatkan media digital untuk promosi dan distribusi produk. Selain itu, partisipasi aktif ibu-ibu PKK menegaskan bahwa program ini turut memperkuat peran perempuan dalam pengelolaan usaha. Secara keseluruhan, program ini mendorong UMKM Malalak Barat menuju ekosistem usaha yang lebih mandiri, adaptif, dan berdaya saing di era ekonomi digital, serta dapat menjadi model pendampingan yang dapat direplikasi di wilayah lainnya berbasis potensi lokal.

Kata kunci: UMKM; Kayu Manis; Inovasi Produk; Pemasaran.

Abstract: *Malalak Barat Village in Agam Regency is a major cinnamon production center with great potential for MSME development. However, business management still faces obstacles in terms of promotion, determining production costs, product quality standards, market access, and business legality. These conditions have resulted in suboptimal product competitiveness, requiring targeted assistance to strengthen the capacity of MSME players. To address these issues, this community service program was implemented through activities such as digital economy socialization, training on determining production cost prices, training on improving product quality, and training on digital promotion. These activities aimed to increase the capacity of MSME actors to manage their businesses more professionally, improve product quality and added value, and expand market access through the use of digital platforms so that the economic competitiveness of the community could be improved in a sustainable manner. The methods used include socialization, participatory training, technical assistance, and periodic monitoring and evaluation involving 35 PKK women partners. The results of the activities show an increase in participants' understanding of calculating production costs more accurately, applying quality standards consistently, and utilizing digital media for product promotion and distribution. In addition, the active participation of PKK women confirms that this program also strengthens the role of women in business management. Overall, this program encourages MSMEs in West Malalak to move towards a more independent, adaptive, and competitive business ecosystem in the digital economy era, and can serve as a model for assistance that can be replicated in other regions based on local potential.*

Keywords: MSMEs; Cinnamon; Product Innovation; Marketing.



Article History:

Received: 26-09-2025

Revised : 08-11-2025

Accepted: 14-11-2025

Online : 12-12-2025



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Nagari Malalak Barat di Kabupaten Agam merupakan wilayah dataran tinggi yang memiliki kondisi agroklimat mendukung bagi pertumbuhan kayu manis (*Cinnamomum verum*) sebagai salah satu komoditas unggulan masyarakat. Komoditas ini tidak hanya bernilai ekonomi tinggi tetapi juga memiliki potensi pengembangan produk turunan yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat (Sari & Hidayat, 2021). Secara demografis, Nagari Malalak Barat dihuni oleh 2.704 jiwa dengan 873 kepala keluarga, mayoritas berprofesi sebagai petani. Wilayah ini dihuni oleh masyarakat yang mayoritas berprofesi sebagai petani, sehingga pengelolaan komoditas kayu manis menjadi bagian penting dalam struktur ekonomi lokal (Kabupaten agam dalam angka, 2024.).

Dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi transformasi ekonomi lokal, di mana masyarakat, termasuk kelompok wanita tani (KWT) dan ibu-ibu PKK, tidak lagi hanya menjual kayu manis dalam bentuk bahan mentah, tetapi juga mulai melakukan diversifikasi produk. Saat ini telah dihasilkan enam produk turunan kayu manis, yaitu bubuk kayu manis, teh kayu manis, lilin aromaterapi, *cinnamon roll*, sirup kayu manis, dan churros kayu manis. Diversifikasi produk ini menandai adanya peningkatan nilai tambah dan penguatan ekonomi lokal. Lebih lanjut, pada Februari 2025 telah terbentuk UMKM MalBar sebagai wadah resmi bagi pelaku usaha dalam mengelola produksi dan pemasaran berbasis kayu manis secara lebih profesional.

Namun, pemanfaatan potensi ini belum maksimal karena masih terdapat keterbatasan kapasitas pelaku UMKM, baik dalam manajemen usaha, keterampilan produksi, maupun pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran (Hidayat & Nuraini, 2020). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya intervensi pendampingan untuk memperkuat aspek ekonomi dan keberlanjutan usaha masyarakat (Maghfiroh et al., 2022.). Permasalahan utama yang dihadapi UMKM MalBar meliputi keterbatasan keterampilan promosi, belum adanya standar harga pokok produksi, kualitas produk yang belum konsisten, keterbatasan akses pasar, dan belum terpenuhinya legalitas usaha. Untuk mengatasi hal tersebut, pendampingan dilakukan melalui sosialisasi ekonomi digital, pelatihan penentuan harga pokok produksi, pelatihan peningkatan kualitas produk, serta pelatihan promosi digital sebagai langkah strategis dalam meningkatkan kemampuan usaha dan daya saing produk (Putri et al., 2023).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendampingan UMKM melalui digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan akses pasar dan profit usaha. Selain itu, peningkatan standar kualitas dan inovasi kemasan terbukti mampu memperkuat citra produk di pasar lokal hingga nasional (Nurhayani & Rosmeli, 2019). Penguatan manajemen usaha melalui perhitungan biaya produksi yang tepat juga dinilai efektif meningkatkan efisiensi dan keuntungan pelaku UMKM (Inisa et al., 2021). Temuan lain menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan dalam kegiatan UMKM

memiliki dampak langsung pada peningkatan pendapatan keluarga dan penguatan ekonomi komunitas. Oleh karena itu, pendekatan pendampingan berbasis kelompok ibu-ibu PKK dinilai tepat dalam mendukung keberlanjutan program (Ramadhan, 2024).

Merespons persoalan tersebut, pendampingan UMKM berbasis digital menjadi kebutuhan strategis untuk memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat. Pendampingan ini meliputi: (1) peningkatan keterampilan promosi dan pemasaran produk secara digital maupun konvensional, (2) pelatihan penentuan harga pokok produksi, (3) perbaikan kualitas produk melalui peningkatan standar produksi, pengembangan kemasan inovatif, dan perpanjangan daya simpan, dan (4) pemanfaatan platform digital untuk pemasaran dan branding.

Dengan demikian, program pendampingan UMKM berbasis digital di Nagari Malalak Barat diharapkan dapat mendorong terwujudnya ekosistem usaha yang berdaya saing, mandiri, dan berkelanjutan. Selain itu, program ini menitikberatkan pada pemberdayaan perempuan, penguatan digitalisasi UMKM, pengembangan ekonomi lokal melalui diversifikasi produk, serta peningkatan kualitas dan daya saing produk berbasis kayu manis.

B. METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian ini dilaksanakan dengan melakukan kegiatan pendampingan kelompok ibu-ibu PPK Melalui Pendampingan UMKM Berbasis Inovasi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Ekonomi di Nagari Malalak Barat Kecamatan Malalak terdiri dari beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis dan berkelanjutan (Haris et al., 2023). Pelaksanaan program ini mencakup kegiatan pemaparan materi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan program, pelatihan penentuan harga pokok produksi, pelatihan promosi dan pemasaran produk, serta monitoring dan evaluasi. Mitra pada pengabdian ini adalah ibu-ibu PKK sebanyak 35 Orang. Implementasi program ini di rancang sebagai berikut:

1. Pra Kegiatan

a. Survey lokasi

Tim melakukan survei ke lokasi mitra dengan menggunakan observasi lapangan dan wawancara informal kepada pelaku UMKM serta perangkat nagari. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi produksi dan pemasaran yang berjalan, sedangkan wawancara digunakan untuk menggali kendala, kebutuhan, dan kesiapan mitra dalam mengikuti program. Hasil survei ini menjadi dasar penyusunan materi pelatihan dan bentuk pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

b. Kedatangan dan Perizinan

Setelah melakukan survey, tim mengurus izin melaksanakan program di lokasi mitra. Sekaligus memberikan informasi untuk jadwal dan keperluan program kepada mitra.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Melakukan Sosialisasi

Sosialisasi yang dilakukan guna memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konsep ekonomi digital dan relevansinya bagi keberlangsungan serta pengembangan UMKM di era saat ini. Dalam forum ini, dijelaskan bahwa ekonomi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi, tetapi juga mencakup pemanfaatan platform digital sebagai sarana produksi, distribusi, pemasaran, hingga transaksi keuangan yang lebih efisien dan transparan.

b. Melakukan Pelatihan Dan Pendampingan Dalam Meningkatkan Kualitas Produk

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada peningkatan kualitas produk UMKM diawali dengan kegiatan sosialisasi. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya standar produksi dan kualitas produk agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Sosialisasi ini menjadi dasar bagi pelaku UMKM untuk menyadari bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh keterampilan produksi semata, tetapi juga oleh penerapan standar yang konsisten dan sesuai regulasi.

c. Melakukan Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi

Pelatihan penentuan harga pokok produksi yang telah dilaksanakan menjadi salah satu langkah penting dalam meningkatkan kapasitas manajerial UMKM MalBar. Sebelum pelatihan, sebagian besar pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam menentukan harga jual yang tepat karena belum mampu menghitung secara rinci biaya produksi, termasuk bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead. Kondisi ini berpotensi menimbulkan harga jual yang tidak kompetitif, bahkan dapat mengurangi margin keuntungan sehingga usaha sulit berkembang secara berkelanjutan.

d. Pelatihan Promosi dan Pemasaran Produk

Tim Pelatihan promosi dan pemasaran produk yang telah dilaksanakan memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM MalBar dalam memanfaatkan teknologi digital. Sebelum kegiatan ini, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dengan jangkauan yang terbatas (Tua & Hastuti, 2025).

3. Evaluasi

Evaluasi program dilakukan melalui monitoring selama kegiatan berlangsung dan penilaian hasil setelah kegiatan selesai. Evaluasi proses dilakukan dengan mengamati partisipasi peserta, keterlibatan dalam diskusi, serta penerapan materi saat praktik. Sementara itu, evaluasi hasil

dilakukan melalui perbandingan nilai pre-test dan post-test untuk melihat peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta pada aspek penentuan harga pokok produksi, peningkatan kualitas produk, dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Selain itu, evaluasi dilengkapi dengan wawancara dan observasi lapangan untuk mengidentifikasi perubahan perilaku usaha peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menghitung biaya produksi secara lebih tepat, memperbaiki mutu produk, dan mulai memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra Kegiatan

a. Survey Lokasi

Awal pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai dengan survei oleh tim pengabdian masyarakat untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Tim melakukan survei ke lokasi mitra dengan menggunakan observasi lapangan dan wawancara informal kepada pelaku UMKM serta perangkat nagari. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi produksi dan pemasaran yang berjalan, sedangkan wawancara digunakan untuk menggali kendala, kebutuhan, dan kesiapan mitra dalam mengikuti

b. Kadatangan dan Perizinan

Tim pengabdian masyarakat melaksanakan program pada bulan Agustus 2025 di nagari Malalak Barat, Kecamatan Malalak, Kabupaten Agam.

2. Kegiatan Pelaksanaan

a. Melakukan Sosialisasi Program

Manfaat kegiatan sosialisasi ini terlihat pada meningkatnya kesadaran pelaku UMKM MalBar terhadap pentingnya digitalisasi dalam pengelolaan usaha. Pemahaman mengenai ekonomi digital mendorong mereka untuk mulai mempertimbangkan penggunaan media sosial, marketplace, dan platform daring lainnya sebagai sarana utama dalam memasarkan produk. Dengan demikian, peluang perluasan pasar menjadi lebih terbuka, efisiensi distribusi dapat ditingkatkan, dan transparansi transaksi keuangan lebih terjamin (Rizki & Sutarjo, 2022). Langkah ini diharapkan mampu memperkuat daya saing UMKM MalBar sekaligus mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

b. Melakukan Pelatihan dan Pendampingan dalam Meningkatkan Kualitas Produk

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada peningkatan kualitas produk UMKM diawali dengan kegiatan sosialisasi. Pada tahap ini, tim pengabdian menyampaikan materi

mengenai urgensi penerapan standar produksi dan mutu produk sebagai syarat fundamental untuk dapat bersaing di pasar yang lebih luas (Lakoro & Latif, 2024). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menyadari bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh keterampilan produksi, tetapi juga oleh konsistensi penerapan standar sesuai regulasi yang berlaku. Respon positif peserta mengindikasikan adanya peningkatan kesadaran terhadap pentingnya standar kualitas sebagai kunci keberlanjutan usaha.

c. Melakukan Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi

Pelatihan penentuan harga pokok produksi (HPP) menjadi salah satu intervensi strategis dalam meningkatkan kapasitas manajerial UMKM MalBar. Sebelum pelatihan, mayoritas pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menetapkan harga jual yang tepat karena belum mampu menghitung secara detail komponen biaya, seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead. Kondisi ini berpotensi menimbulkan harga jual yang tidak kompetitif, sehingga margin keuntungan menurun dan keberlanjutan usaha menjadi terhambat (Nasir et al., 2022). Melalui pelatihan ini, peserta didorong untuk memahami pentingnya perhitungan HPP yang akurat sebagai dasar dalam penetapan harga jual yang rasional dan berdaya saing (Suhri & Santi, 2019.).

d. Pelatihan Promosi dan Pemasaran Produk

Pelatihan promosi dan pemasaran produk berhasil meningkatkan pemahaman UMKM MalBar dalam memanfaatkan teknologi digital (Ulma et al., 2022). Sebelumnya, pemasaran masih terbatas pada cara konvensional sehingga produk kurang dikenal secara luas (Wijayanti et al., 2022). Melalui kegiatan ini, peserta diperkenalkan pada penggunaan media sosial, marketplace, dan website sebagai strategi efektif untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk. Berikut dokumentasi kegiatan proses sangrai kulit manis dan proses pembuatan produk, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar1. Proses Sangrai Kulit Manis dan Proses Pembuatan Produk

3. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan Evaluasi dilaksanakan melalui *pre-test* dan *post-test* guna mengukur peningkatan pengetahuan serta keterampilan anggota UMKM. Gambar 2 di bawah memperlihatkan perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* anggota UMKM MalBar pada empat aspek utama:

a. Produksi

Sebelum pelatihan, nilai rata-rata *pre-test* berada di angka 55%, menunjukkan pemahaman dasar yang masih terbatas. Setelah pelatihan, nilai *post-test* meningkat signifikan menjadi 80%, menandakan peserta lebih terampil dalam mengelola proses produksi.

b. Kualitas Produk

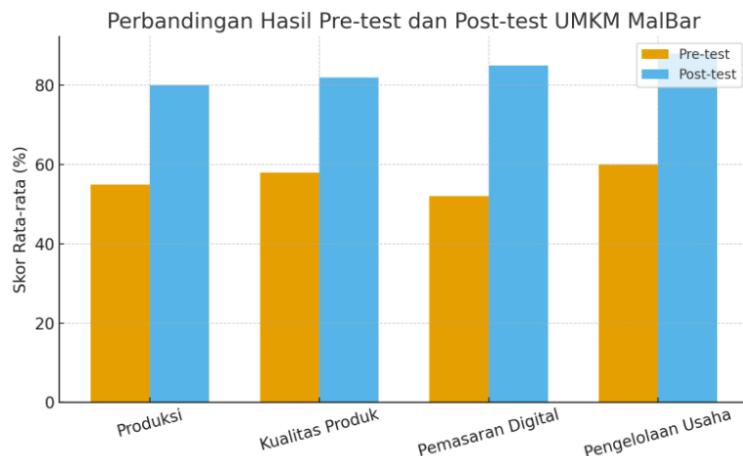
Pada *pre-test*, skor rata-rata hanya 58%, yang mengindikasikan perlunya pemahaman lebih mengenai standar kualitas. Setelah pendampingan dan pelatihan, nilai meningkat menjadi 82%, memperlihatkan adanya peningkatan keterampilan dalam menjaga mutu produk.

c. Pemasaran Digital

Aspek ini awalnya memiliki skor terendah, yaitu 52%, menandakan banyak peserta belum familiar dengan strategi pemasaran berbasis teknologi digital. Setelah pelatihan, terjadi lonjakan menjadi 85%, menunjukkan bahwa peserta mampu memanfaatkan media sosial, marketplace, dan teknik digital marketing dengan lebih baik.

d. Pengelolaan Usaha

Pre-test mencatat skor 60%, relatif lebih baik dibanding aspek lain, namun tetap menunjukkan keterbatasan dalam manajemen usaha. Setelah program, skor meningkat hingga 88%, menandakan peningkatan signifikan dalam keterampilan pencatatan keuangan, penentuan harga, serta strategi usaha. Monitoring dalam program pengabdian masyarakat ini dilakukan secara berkesinambungan selama kegiatan berlangsung, dengan tujuan memastikan seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan bagi UMKM MalBar berjalan sesuai dengan rencana dan mencapai target yang ditetapkan. Tim pelaksana melakukan observasi langsung terhadap aktivitas peserta, mulai dari tahap sosialisasi, pelatihan peningkatan kualitas produk, pelatihan penentuan harga pokok produksi, hingga pelatihan pemasaran digital. Selain itu, tim juga melakukan pencatatan harian serta berkomunikasi intensif dengan peserta untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama proses kegiatan (Heimburg & Wiesche, 2023).



Gambar 2. Perbandingan Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* UMKM Malalak Barat

Evaluasi dilaksanakan secara berkala untuk menilai efektivitas program dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Evaluasi dilakukan melalui beberapa indikator, di antaranya: (1) peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha terkait standar kualitas produk dan strategi pemasaran digital, (2) kemampuan peserta dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi secara akurat sebagai dasar penetapan harga jual, dan (3) peningkatan daya saing produk UMKM MalBar di pasar lokal maupun digital.

Pengukuran keberhasilan program dilakukan melalui kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kuantitatif ditempuh dengan menggunakan pre-test dan post-test untuk menilai peningkatan pengetahuan peserta, sedangkan metode kualitatif diperoleh melalui wawancara, observasi, dan kuesioner yang menggali pengalaman, hambatan, serta manfaat program dari perspektif pelaku UMKM (Sugiyono, 2013).

Dokumentasi berupa foto, video, serta portofolio produk hasil pelatihan juga dijadikan sebagai data pendukung evaluasi. Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan bahwa peserta aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, mampu mengaplikasikan materi yang diperoleh dalam usaha mereka, serta menunjukkan komitmen untuk melakukan perbaikan berkelanjutan. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis dan disusun dalam laporan evaluasi, yang tidak hanya menampilkan capaian dan kendala, tetapi juga rekomendasi strategis untuk pengembangan program serupa di masa mendatang. Dengan adanya monitoring dan evaluasi yang terstruktur, program pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kualitas dan daya saing UMKM MalBar secara berkelanjutan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan UMKM berbasis inovasi digital di Nagari Malalak Barat telah memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan keterampilan pada empat aspek utama. Keterampilan produksi meningkat sebesar 25% setelah peserta mampu menerapkan prosedur produksi yang lebih konsisten dan higienis. Peningkatan kualitas produk mencapai 24%, terlihat pada perbaikan bentuk, ketahanan, dan kemasan produk. Keterampilan pemasaran digital mengalami peningkatan paling signifikan yaitu 33%, ditunjukkan dengan kemampuan peserta memanfaatkan media sosial dan katalog digital untuk promosi. Selain itu, kemampuan pengelolaan usaha, termasuk pencatatan keuangan dan penetapan harga pokok produksi, meningkat sebesar 28%.

Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendampingan yang meliputi sosialisasi ekonomi digital, pelatihan penentuan harga pokok produksi, peningkatan kualitas produk, dan pelatihan promosi digital efektif dalam memperkuat kemandirian dan daya saing UMKM MalBar. Program ini juga berkontribusi pada pemberdayaan perempuan melalui keterlibatan aktif ibu-ibu PKK sebagai pelaku utama dalam pengelolaan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial, tetapi juga membangun ekosistem usaha lokal yang lebih adaptif, mandiri, dan berkelanjutan di era ekonomi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Padang, yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Terimakasih juga kepada masyarakat Nagari Malalak Barat, Kecamatan Malalak terutam ibu-ibu PKK dan pelaku UMKM nya sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

Badan Pusat Statistik Kabupaten Agam. (2024). *Kabupaten Agam dalam Angka 2024*. BPS Kabupaten Agam. <https://agamkab.bps.go.id>

Haris, A., Tahir, S., Nurjaya, M., & Baharuddin, T. (2023). Analisis bibliometrik tentang mitigasi bencana dan pembangunan berkelanjutan: Inisiasi kebijakan untuk Indonesia. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 8(4), 314–324. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i4.3394>

Heimburg, V., & Wiesche, M. (2023). Digital platform regulation: Opportunities for information systems research. *Internet Research*, 33(7), 72–85. <https://doi.org/10.1108/INTR-05-2022-0321>

Inisa, A., Junaidi, J., & Bhakti, A. (2021). Analisis pendapatan pekebun kulit kayu manis (Cassia vera) di Kecamatan Bukit Kerman, Kabupaten Kerinci (studi kasus Desa Pengasi Lama). *e-Journal Perdagangan Industri dan Moneter*, 9(3), 171–180. <https://doi.org/10.22437/pim.v9i3.16522>

Lakoro, F. S., & Latif, S. (2024). Implementasi manajemen usaha terhadap pendapatan usaha mikro. *Jurnal Capital: Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2).

Maghfiroh, F. M., Natalina, S. A., & Efendi, R. (2022). Transformasi ekonomi digital: Connection integration e-commerce dan s-commerce dalam upaya perkembangan ekonomi berkelanjutan. *Journal of Economics Development Research*, 1(2), 55–60. <https://doi.org/10.71094/joeder.v1i2.112>

Nasir, W., Wali, M., & Sufyan. (2022). Pelatihan manajemen pengembangan usaha bagi UMKM Provinsi Aceh. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(1), 33–38. <https://doi.org/10.35870/jpni.v3i1.65>

Nurhayani, N., & Rosmeli, R. (2019). Guncangan harga dan pangsa pasar ekspor kayu manis Kabupaten Kerinci. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 3(2), 189–197. <https://doi.org/10.22437/jssh.v3i2.8420>

Putri, P. P., Sahidan, S., & Susiwati, S. (2023). Gambaran daya hambat ekstrak kulit kayu manis (*Cinnamomum burmannii* Blume) terhadap pertumbuhan bakteri *Staphylococcus aureus*. *Jurnal Fatmawati Laboratory & Medical Science*, 3(1), 28–34. <https://doi.org/10.33088/flms.v3i1.406>

Ramadhan, F. V. (2024). Transformasi ekonomi digital Indonesia dalam mewujudkan Indonesia Emas 2045: Pemikiran Prof. Nurcholish Madjid. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1–?. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i1.11593>

Rizki, A., & Sutarjo, A. (2022). Pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan kulit manis pada CV Rempah Sari Kota Padang. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*, 14(1), 39–44. <https://doi.org/10.17969/jtipi.v14i1.20058>

Sugiyono. (2013). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tua, P. M., & Hastuti, H. (2025). Alat kontrol penghancur kulit kayu manis. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 13(1), 44–?. <https://doi.org/10.23960/jitet.v13i1.6154>

Ulma, R. O., Nurchaini, D. S., & Effran, E. (2022). Analysis of Cassiavera farming development strategy in Kerinci Regency. *Jurnal Agrisep: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 21(2), 367–380. <https://doi.org/10.31186/jagrise.21.2.367-380>

Wijayanti, R., Arziyah, D., & Anggia, M. (2022). Analisis nilai tambah dan kelayakan non finansial minuman teh celup Kahwa Cassia Vera (studi kasus CV. Tiga Berlian). *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*, 14(1), 39–44. <https://doi.org/10.17969/jtipi.v14i1.20058>