

PELATIHAN PEMASARAN PRODUK BERBASIS TEKNOLOGI (E-MARKETING) GUNA MENGEMBANGKAN UMKM DI KELURAHAN TANGKAHAN

Luthfi Abbas¹, Rizky Ananda Anakampun², M Haddad Alqusyoi Ar³, Abdullah Afdhol Richsan⁴, Tuan M Yoserizal Saragih⁵, , Sri Ardana⁶, Putri Zulaykha⁷
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
e-mail: luthfi4121@gmail.com

Abstrak:

Ketidakstabilan perekonomian akibat pandemi Covid-19 sangatlah berdampak pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengharuskan UMKM membatasi aktivitas perekonomian. Terjadinya penurunan daya beli masyarakat, terjadinya penurunan investasi, serta pelemahan ekonomi secara global memungkinkan terjadinya penambahan jumlah pengangguran. Perkembangan teknologi di era revolusi industri 4.0 menjadi salah satu solusi yang dapat digunakan oleh UMKM untuk menangani dampak dari pandemi Covid-19. Dengan adanya teknologi, UMKM dapat memasarkan produknya dengan skala yang lebih luas secara online. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi sangatlah diperlukan untuk mempertahankan dan mengembangkan UMKM di masa pandemi Covid-19. Usaha Rumahan Keripik Najiha merupakan salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Tangkahan yang terkena dampak dari pandemi Covid-19. Oleh karena itu pelatihan pemasaran produk dengan memanfaatkan fitur dari sosial media diperlukan agar UMKM tersebut dapat bertahan dan berkembang di tengah pandemic Covid-19 dengan harapan UMKM tersebut dapat membuka lebih banyak lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang ada di Kelurahan Tangkahan. Hasil dari pelatihan yang diberikan memberikan hasil bahwa Usaha Rumahan Keripik Najiha dapat memasarkan produknya secara online dengan skala yang lebih luas memanfaatkan fitur yang disediakan pada sosial media.

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran Produk Berbasis Teknologi, UMKM

Abstract:

Economic instability due to the Covid-19 pandemic has had a major impact on UMKM which requires UMKM to limit economic activity. The decline in people's purchasing power, the decline in investment, as well as the weakening of the global economy allow for an increase in the number of unemployed. The development of technology in the era of the industrial revolution 4.0 is one of the solutions that can be used by UMKM to deal with the impact of the Covid-19 pandemic. With technology, UMKM can market its products on a wider scale online. Therefore, product marketing training by utilizing technology is very

Pelatihan Pemasaran Produk Berbasis Teknologi (*E-Marketing*) Guna Mengembangkan UMKM di Kelurahan Tangkahan

necessary to maintain and develop UMKM during the Covid-19 pandemic. Usaha Rumahan Keripik Najiha is one of the UMKM in the Tangkahan Village affected by the Covid-19 pandemic. Therefore, product marketing training by utilizing the features of social media is necessary so that UMKM can survive and develop during the Covid-19 pandemic in the hope that these UMKM can open up more job opportunities for the existing community at kelurahan tangkahan. The results of the training provided give the results that Usaha Rumahan Keripik Najiha can market their products online on a wider scale by utilizing the features provided on social media.

Keywords: Training, Technology-Based Product Marketing, UMKM

PENDAHULUAN

Ketidakstabilan perekonomian akibat pandemi Covid-19 sangatlah berdampak pada sektor usaha hingga sektor ekonomi lainnya. Banyak sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdampak akibat pandemi Covid-19 sehingga mengharuskan UMKM membatasi aktivitas perekonomian. UMKM merupakan salah satu sektor yang sangat berperan dalam mengembangkan perekonomian nasional serta menjadi salah satu sektor yang berperan dalam pembuka lapangan kerja (Azizah et al., 2020; Istiatin & Marwati, 2021). Oleh karena itu, dengan adanya pembatasan aktivitas yang dilakukan UMKM seperti menurunkan kapasitas produksi, penghentian operasi, dan bahkan kebangkrutan usaha dapat memperparah situasi perekonomian yang ada (Arrizal & Sofyantoro, 2020; Rosita, 2020).

Terdapat tiga dampak yang muncul akibat pengaruh pandemi Covid-19 pada sektor ekonomi yaitu; pertama terjadi penurunan daya beli masyarakat sehingga mengakibatkan penurunan penjualan produk, kedua terjadinya penurunan investasi akibat ketidakpastian kondisi ekonomi secara global, ketiga yaitu pelemahan ekonomi secara global sehingga menyebabkan terkendalanya proses ekspor dan impor (Achmad et al., 2020). Hal tersebut memungkinkan terjadinya penambahan jumlah pengangguran yang mengakibatkan menurunnya perekonomian serta menjadi pemicu bertambahnya kasus kriminalitas (Jalil et al., 2020). UMKM sebagai salah satu sektor yang dapat mengurangi angka pengangguran memerlukan solusi agar UMKM yang ada tidak mengalami kebangkrutan yang dapat mengakibatkan PHK pekerjanya akibat dampak daripada pandemi Covid-19.

Perkembangan teknologi di era revolusi industri 4.0 dapat mendorong berbagai aspek menjadi lebih mudah dan cepat. Sehingga dengan adanya perkembangan dalam bidang ilmu teknologi dapat membuat komunikasi menjadi lebih mudah. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi salah satu solusi yang dapat digunakan oleh pelaku usaha UMKM dalam memasarkan produknya. Sehingga pemilik usaha dituntut untuk dapat menguasai teknologi yang berkembang guna membantu dalam memasarkan produknya secara online (Awali, 2020). Platform digital serta sosial media merupakan salah satu solusi yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha UMKM untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha yang ada (Awali, 2020; Perdamaian et al., 2020; Taryudi et al., 2021; Zebua & Sunaryanto, 2021).

Dengan melakukan pemasaran produk secara online memungkinkan terjadinya peningkatan penjualan dikarenakan target pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, sosialisasi dan pelatihan pemasaran produk berbasis teknologi sangatlah penting di masa pandemi ini. Sosialisasi serta pelatihan tersebut dapat memberikan peluang dan solusi bagi pelaku usaha UMKM untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha serta menjadi strategi untuk meningkatkan dan memulihkan perekonomian UMKM tersebut akibat dampak dari pandemi

Covid-19 (Azizah et al., 2020; Barri et al., 2021; Kala'lembang, 2017).

Usaha Rumahan Keripik Najiha merupakan salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Tangkahan, Kecamatan Medan Labuhan, Sumatera Utara (Gambar 1) yang terkena dampak dari pandemi Covid-19. Usaha Rumahan Keripik Najiha adalah UMKM yang menjual berbagai jenis snack ataupun makanan ringan sebagai salah satu oleh-oleh khas Kelurahan Tangkahan yang telah memperkerjakan 3 orang karyawan. Tetapi, karena adanya pandemi Covid-19 Usaha Rumahan Keripik Najiha mengalami penurunan dari segi penjualan. Usaha Rumahan Keripik Najiha hanya menjual produk dagangannya di tempat secara langsung, sehingga keterbatasan pembeli menjadi salah satu masalah yang dihadapi oleh UMKM tersebut.



Gambar 1. UMKM di Kelurahan Tangkahan

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut (Usaha Rumahan

Pelatihan Pemasaran Produk Berbasis Teknologi (*E-Marketing*) Guna Mengembangkan UMKM di Kelurahan Tangkahan

Keripik Najiha) adalah turunnya tingkat penjualan, berkurangnya pelanggan akibat pandemi, jangkauan pembeli kurang luas, dan kurangnya media untuk mempromosikan produk yang dijual. Permasalahan berikutnya terletak pada sistem pemasaran yang hanya menunggu pembeli datang untuk membeli di tempat. Oleh karena itu, pentingnya pelatihan pemasaran produk yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada program KKN bertujuan untuk mengembangkan UMKM di Kelurahan Tangkahan agar dapat memasarkan produknya dengan skala yang lebih luas.

Hal yang dapat menentukan kesuksesan suatu usaha yaitu terletak pada SDM (Sumber Daya Manusia), dengan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, kreativitas, pendidikan, serta dapat menguasai teknologi akan meningkatkan kualitas kinerja daripada UMKM tersebut (Ismail et al., 2020).

Pelatihan pemasaran produk berbasis digital diberikan kepada UMKM di Kelurahan Tangkahan dengan harapan agar setelah selesainya kegiatan pengabdian masyarakat ini, UMKM di Kelurahan Tangkahan dapat berkembang dan dapat membuka lebih banyak lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Oleh karena itu, pelatihan diberikan agar pemilik Usaha Rumahan Keripik Najiha dapat

memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya dengan skala yang lebih luas sehingga akan meningkatkan penjualan produk yang telah dipasarkan.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pemilik UMKM melalui proses pembelajaran dan pelatihan (Achmat, 2009) dengan menggunakan tiga tahapan yaitu menganalisis permasalahan dan kebutuhan dari UMKM tersebut, mengimplementasi melalui program pelatihan pemasaran produk berbasis teknologi, kemudian melakukan evaluasi terhadap pelatihan yang telah diberikan (Kurniadi, 2007).

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini yaitu metode edukasi dan pelatihan secara langsung (Saputro & Hastomo, 2020).

Tahapan pada metode pelaksanaan dilakukan dengan tahap:

- 1) melakukan persiapan dan perizinan dari pihak yang berwenang di Kelurahan Tangkahan,
- 2) melakukan pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran produk berbasis teknologi dengan memberikan edukasi dan pelatihan

secara langsung mengenai pemasaran produk menggunakan sosial media,

- 3) melakukan evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan pada kegiatan pelatihan yang telah dilakukan.

Edukasi diberikan guna memberikan gambaran umum tentang bagaimana pentingnya teknologi serta manfaat teknologi untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha. Pelatihan yang diberikan yaitu meliputi; memberikan pelatihan bagaimana cara membuat email untuk usaha serta akun sosial media sebagai media yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk secara online, kemudian memberikan pelatihan bagaimana menggunakan sosial media untuk mempromosikan produk yang akan dipasarkan.

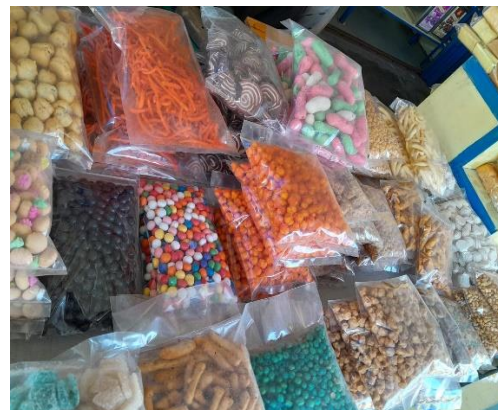
Hasil dan Pembahasan

Usaha Rumahan Keripik Najiha (gambar 2) merupakan UMKM yang memproduksi berbagai macam *snack* sebagai produk yang dijual (gambar 3). Produk yang akan dipasarkan oleh Usaha Rumahan Keripik Najiha diproduksi secara langsung di tempat (gambar 4). Saat ini Usaha Rumahan Keripik Najiha menjadi salah satu UMKM yang berkembang di Kelurahan Tangkahan, tetapi mengalami penurunan akibat dampak dari pandemi Covid-19 dikarenakan

kurangnya pengetahuan pemilik UMKM tersebut tentang bagaimana cara memasarkan produk dengan skala yang lebih luas menggunakan teknologi sebagai media pemasaran.



Gambar 2. Usaha Rumahan Keripik Najiha



Gambar 3. Variasi Produk

Pelatihan Pemasaran Produk Berbasis Teknologi (*E-Marketing*) Guna Mengembangkan UMKM di Kelurahan Tangkahan



Gambar 4. Produksi Keripik

Persiapan atau Pra Pelaksana

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat melalui program KKN yang diselenggarakan oleh Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, mahasiswa KKN meminta izin kepada pihak yang berwenang (lurah dan kepala lingkungan IX) di Kelurahan Tangkahan untuk melakukan pengabdian ke masyarakat. Setelah itu team pengabdian masyarakat secara inisiatif melakukan survey secara langsung ke lapangan untuk menganalisis permasalahan dan kebutuhan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM di Kelurahan Tangkahan. Kemudian team pengabdian masyarakat menyampaikan maksud dan tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan kepada pelaku usaha UMKM.

Pada kesempatan kali ini disampaikan tentang betapa pentingnya teknologi sebagai media yang dapat membantu pelaku usaha UMKM dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Pelaku usaha akan diperkenalkan dengan fitur-fitur yang dapat digunakan sebagai media untuk melakukan promosi, serta fungsi dari *marketplace* sebagai media yang dapat digunakan oleh pelaku usaha UMKM untuk melakukan transaksi secara online (Meinarni et al., 2020).

Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan menganalisis permasalahan dan kebutuhan dari UMKM tersebut, kemudian menjelaskan tentang gambaran pemasaran produk melalui media sosial, membuat email untuk usaha, membuat akun sosial media, dan memberikan pengajaran bagaimana cara memposting produk di *marketplace* dan sosial media. Urutan dari pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada gambar 5 berikut.



Gambar 5. Alur Pelaksanaan Pelatihan

1. Analisis Permasalahan dan Kebutuhan

Pada awal pelaksanaan program, team pengabdian masyarakat menganalisis permasalahan dan kebutuhan UMKM dengan mewawancarai pemilik Usaha Rumahan Keripik Najiha (gambar 6), kemudian memperoleh kesimpulan bahwa UMKM tersebut mengalami penurunan penjualan akibat dampak pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan pelaku usaha UMKM dalam mempromosikan produknya dengan skala yang lebih luas menggunakan teknologi sebagai media pemasaran.



Gambar 6. Wawancara Terhadap Pemilik UMKM

2. Penjelasan Gambaran Umum Tentang Teknologi

Setelah team pengabdian masyarakat mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Rumahan Keripik Najiha, team pengabdian masyarakat menganalisis kebutuhan apa yang sangat dibutuhkan oleh UMKM tersebut agar usahanya dapat bertahan dan berkembang di tengah masa pandemi Covid-19. Team pengabdian masyarakat menjelaskan secara rinci tentang bagaimana pentingnya teknologi di era revolusi industry 4.0. Kemudian team pengabdian masyarakat menjelaskan tentang bagaimana cara memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk yang akan dipasarkan secara luas serta apa saja media yang dapat digunakan untuk

Pelatihan Pemasaran Produk Berbasis Teknologi (*E-Marketing*) Guna Mengembangkan UMKM di Kelurahan Tangkahan

memasarkan produk tersebut (gambar 7).



Gambar 7. Menjelaskan Bagaimana Pentingnya Teknologi Untuk Usaha

3. Pembuatan Email Usaha Rumahan Keripik Najiha

Setelah team pengabdian masyarakat menjelaskan tentang gambaran umum teknologi serta pentingnya teknologi dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha, team pengabdian masyarakat secara langsung memberikan pelatihan kepada pemilik usaha UMKM untuk membuat email yang akan digunakan untuk akun sosial media Usaha Rumahan Keripik Najiha (gambar 8).



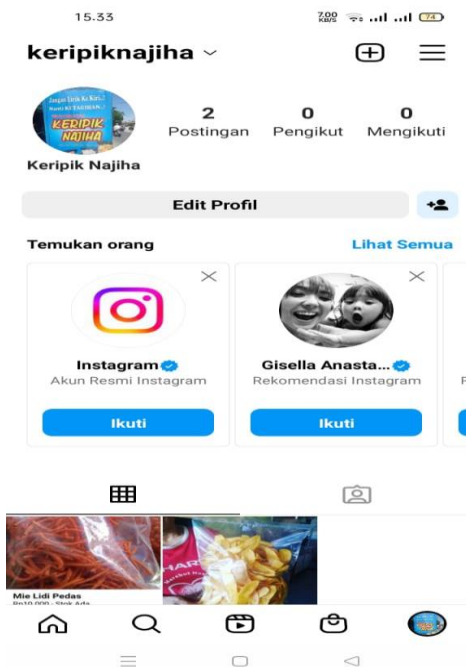
Gambar 8. Membuat Email Untuk Usaha Rumahan Keripik Najiha

4. Pembuatan Akun Facebook dan Instagram Usaha Rumahan Keripik Najiha

Pada bagian ini team pengabdian masyarakat memberikan pangajaran serta mendampingi secara langsung pemilik usaha UMKM untuk membuat akun sosial media yang nantinya akan dipergunakan dalam mempromosikan produk yang akan dipasarkan oleh Usaha Rumahan Keripik Najiha. Pada pembuatan akun, pemilik dapat mengerti tentang apa yang telah disampaikan oleh team pengabdian masyarakat. Untuk hasil dari pembuatan akun sosial media dapat dilihat pada gambar 9 dan gambar 10 berikut.



Gambar 9. Akun Facebook Usaha Rumahan Keripik Najiha



Gambar 10. Akun Instagram Usaha Rumahan Keripik Najiha

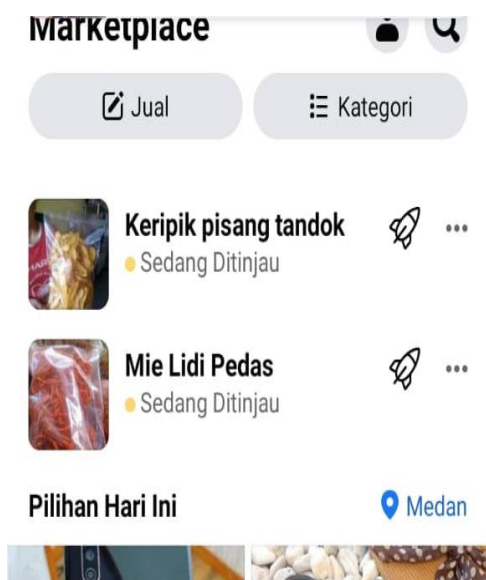
5. Pelatihan Memasarkan Produk Via Marketplace

Setelah pemilik dari Usaha Rumahan Keripik Najiha memahami apa itu sosial media dan bagaimana cara menggunakan sosial media sebagai alat untuk berinteraksi, serta mengerti bagaimana memposting sebuah produk di dalam sebuah postingan *Facebook* maupun *Instagram*, team pengabdian masyarakat mengenalkan salah satu fitur dari *Facebook* (gambar 11) yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk, dalam hal ini fitur yang digunakan yaitu marketplace sebagai salah satu fitur yang disediakan oleh *Facebook* untuk melakukan transaksi jual beli barang secara online. Kemudian pemilik Usaha Rumahan Keripik Najiha dapat secara langsung mempraktikkan bagaimana cara melakukan transaksi menggunakan fitur marketplace dari sosial media *Facebook*, hasil dari postingan tersebut dapat dilihat pada gambar 12 dan gambar 13 berikut.

Pelatihan Pemasaran Produk Berbasis Teknologi (*E-Marketing*) Guna Mengembangkan UMKM di Kelurahan Tangkahan



Gambar 11. Pelatihan Pemasaran Melalui Marketplace



Gambar 12. Memposting Produk Menggunakan Fitur Marketplace



Gambar 13. Hasil Postingan Produk Menggunakan Fitur Marketplace

Evaluasi

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Lingkungan IX, Kelurahan Tangkahan, Kecamatan Medan Labuhan, Sumatera Utara telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan program yang telah direncanakan sebelumnya. Salah satu program yang telah berhasil dilaksanakan yaitu edukasi dan pelatihan secara langsung kepada pelaku usaha UMKM guna mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Pada

kesempatan kali ini team pengabdian masyarakat memilih salah satu UMKM yang sedang berkembang di Kelurahan Tangkahan yaitu Usaha Rumahan Keripik Najiha, dimana UMKM tersebut telah berhasil memperkerjakan 3 orang karyawan tetapi mengalami penurunan ekonomi akibat pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan pelaku usaha UMKM tentang bagaimana cara memasarkan produk menggunakan teknologi yang ada. Sehingga pelatihan pemasaran produk berbasis teknologi diberikan agar UMKM tersebut dapat bertahan dan berkembang, kemudian dapat membuka lebih banyak lapangan pekerjaan untuk mengurangi angka pengangguran yang ada.

Pada pelatihan yang diberikan oleh team pengabdian masyarakat, memberikan hasil bahwa pemilik dari Usaha Rumahan Keripik Najiha dapat mengerti dengan baik apa yang telah disampaikan oleh team pengabdian masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan dengan pemilik dari Usaha Rumahan Keripik Najiha yang dapat mempraktikkan secara langsung bagaimana cara menggunakan fitur *marketplace* yang ada di sosial media *Facebook*. Hal ini dijadikan sebagai evaluasi yang dapat digunakan oleh pelaku usaha UMKM agar dapat mempertahankan serta mengembangkan usahanya, sehingga dengan jangkauan pasar yang lebih

luas akan menambah jumlah pelanggan dan pemasukkan pada UMKM tersebut.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program KKN yang dilaksanakan oleh mahasiswa kelompok 89 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan telah berhasil dilaksanakan dengan memberikan dampak positif kepada Lingkungan IX Kelurahan Tangkahan. Melalui program pelatihan pemasaran produk berbasis teknologi, Usaha Rumahan Keripik Najiha dapat memasarkan produknya secara online dengan skala yang lebih luas memanfaatkan fitur yang disediakan pada sosial media. Sehingga dengan pengetahuan dan pemahaman dari pelatihan yang diberikan, Usaha Rumahan Keripik Najiha dapat mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 serta memiliki pemasukan tambahan dan dapat berkembang dengan harapan UMKM tersebut dapat membuka lebih banyak lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang ada di Kelurahan Tangkahan.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Z. A., Zendo Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di

Pelatihan Pemasaran Produk Berbasis Teknologi (*E-Marketing*) Guna Mengembangkan UMKM di Kelurahan Tangkahan

- Kelurahan Sidokumpul Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31.
- Achmat, Z. (2009). Merancang Pelatihan Yang Efektif. *Jurnal Psikologi*, 5(2), 177–185.
- Arrizal, N. Z., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan Dan Inovasi Daerah*, 2(1), 39–48.
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
- Azizah, F. N., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
- Barri, M. H., Rizal, A., Cahyadi, W. A., Hidayat, I., Pramudita, B. A., & Prihatiningrum, N. (2021). Pelatihan E-Commerce Bagi Warung Sedekah (Warkah) Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Rumah Tangga. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 83–92.
- Ismail, I., Al-Bahri, F. P., Ahmad, L., & Salam, A. (2020). IbM Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan dan Menggali Ide Usaha Baru. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 1(1), 16–22.
- Istiatin, & Marwati, F. S. (2021). Sosialisasi Berbagai Peluang Usaha UMKM dan Ekonomi Kreatif di Era New Normal di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 129–140.
- Jalil, A., M, F., & Kasnelly, S. (2020). Meningkatkan Angka Pengangguran Di Tengah Pandemi (Covid-19). *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 45–60.
- Kala'lembang, A. (2017). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 14(2), 66–79.
- Kurniadi, D. (2007). *Prinsip Prinsip Dasar Manajemen Pelatihan (Dari Analisis Kebutuhan Sampai Evaluasi Program Pelatihan)*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Meinarni, N. P. S., Iswara, I. B. A. I., Wijaya, I. N. S. W., & Willdahlia, A. G. (2020). *UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce*. Deepublish.
- Perdamaian, P. D., Puspita, A., & Frida, N. (2020). Analisis Strategi

- Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 28–36.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109–120.
- Saputro, A. E., & Hastomo, W. (2020). *Edukasi Perencanaan Keuangan Bagi Calon Pemegang ke Jepang*. 3(1), 116–122.
- Taryudi, A., Maulana, D., Hafifah, H., & Kistia, J. (2021). Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Pemasaran Online di Desa Pekandangan Jaya, Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 3(1), 27–35.
- Zebua, D. D. N., & Sunaryanto, L. T. (2021). Platform Digital Sebagai Alternatif Bertahan Di Era Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku Bisnis Pertanian. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 848.