

Pelatihan *Soft Skills* Wirausaha UMKM *Go Digital*

Antaiwan Bowo Pranogyo*, Megayani, Junaedi Hendro, Ono Tarsono, Ruland

Willy Jack Sumampouw, Ginanjar Syamsuar

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
Jl. Kayu Jati Raya 11A Rawamangun, Jakarta, Indonesia

*Email korespondensi: antaiwan.bowo@stei.ac.id

ABSTRAK

(Wirausahawan UMKM dituntut untuk terus bergerak mengikuti perubahan yang ada serta mampu beradaptasi dengan kondisi lingkungan yang dinamis dan semakin modern. Kreativitas dalam bisnis dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi, telah banyak mengubah cara pandang pebisnis dalam menjalankan bisnisnya. Sangat penting untuk menyiapkan masyarakat dan pelaku UMKM dalam berwirausaha yang baik dan mengoptimalkan penggunaan teknologi dan media sosial yang semakin modern. Oleh sebab itu Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melakukan pelatihan kepada kader PKK dan peserta Jakpreneur Jakarta Barat, dengan tujuan memberikan penjelasan dan pemahaman kepada kader PKK dan peserta Jakpreneur menjadi seorang *entrepreneur* sekaligus sebagai agen perubahan, memberikan pemahaman bagi peserta mengenai karakteristik *entrepreneur* yang harus dimiliki dan memberikan pemahaman bagaimana kiat-kiat berjualan online yang baik dan penggunaan *copy writing* untuk meningkatkan penjualan. Metode dalam kegiatan pelatihan dilakukan secara *online* dalam bentuk *webinar*, melalui ceramah mengenai konsep kewirausahaan dan pemasaran digital yang disesuaikan dengan kondisi pandemi saat itu dan dilengkapi tanya-jawab. Melalui kegiatan ini diharapkan peserta dapat memahami karakteristik *entrepreneur* yang baik dengan mengoptimalkan media sosial untuk peningkatan penjualan melalui *copy writing*. Untuk melihat keberhasilan kegiatan ini, Dinas PPAPP akan memantau perkembangan kompetensi para kader PKK dan peserta Jakpreneur terhadap materi yang telah diberikan.

Kata Kunci: *Entrepreneur; Digital Marketing; Copywriting*

ABSTRACT

MSME entrepreneurs are required to continue to move to follow the existing changes and be able to adapt to dynamic and increasingly modern environmental conditions. Creativity in business by utilizing the development of information technology has changed the perspective of business people in running their business. It is very important to prepare the community and MSME actors for good entrepreneurship and optimize the use of increasingly modern technology and social media. Therefore, the Community Service Team (PKM) conducted training for PKK cadres and West Jakarta Jakpreneur participants, to provide explanations and understanding to PKK cadres and Jakpreneur participants to become entrepreneurs as well as agents of change, provide participants with an understanding of the characteristics of entrepreneurs that must be considered. owned and provide an understanding of how to sell good online tips and the use of copywriting to increase sales. The method in training activities is carried out online in the form of webinars, through lectures on the concept of entrepreneurship and digital marketing that are adapted to the current pandemic conditions and equipped with questions and answers. Through this activity, participants are expected to be able to understand the characteristics of a good entrepreneur by optimizing social media to increase sales through copywriting. To see the success of this activity, the PPAPP Office will monitor the development of the competence of PKK cadres and Jakpreneur participants with the material that has been provided.

Keywords: *Entrepreneur; Digital Marketing; Copywriting*

Received: 12 Juli 2022 / Revised: 14 Agustus 2022/ Accepted: 18 Agustus 2022/ Online: 19 Agustus 2022

PENDAHULUAN

Kondisi lingkungan yang semakin dinamis dan modern mendorong wirausahawan UMKM untuk terus mengikuti serta beradaptasi atas perubahan yang terjadi (Ratiah et al., 2021). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berkontribusi atas peningkatan pertumbuhan ekonomi dan melakukan pemerataan atas hasil-hasil pembangunan. Pertumbuhan yang terjadi pada akhirnya akan menyerap tenaga kerja yang cukup banyak dan masyarakat merasakan dampak tersebut (Said & Azhar, 2021). Dalam pengelolaan bisnis sering kali berbenturan dengan lingkungan yang kurang mendukung. Perubahan atas selera masyarakat atau perubahan kondisi perekonomian daerah tempat UMKM tersebut beroperasi (Reskiputri et al., 2021).

Upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dilakukan dengan pemanfaatan dan optimalisasi aset-aset yang ada di lingkungan masyarakat (Ratnawati & Ati, 2021). Permintaan konsumen dan jumlah penjualan produk UMKM dipengaruhi oleh kemasan produk (Suraya et al., 2021). Para pelaku UMKM masih menggunakan media sosial sebagai aktivitas pribadi, belum sebagai bagian dari aktivitas strategi yang mewakili usaha yang mereka lakukan (Mukhsin, 2019). Untuk itu perlu diinvestigasi, faktor apa saja yang mempengaruhi motivasi pelaku UMKM dalam penggunaan media sosial dalam mendukung optimalisasi sistem bisnis yang mampu menciptakan inovasi baru (Purwantini & Anisa, 2018).

Cara pandang pebisnis dalam menjalankan usahanya didorong dengan kreativitas dengan memanfaatkan teknologi dan informasi (Setiawan & Fadillah, 2020). Strategi komunikasi pemasaran sektor UMKM akan berjalan dengan efektif, tepat dan terpadu dalam upaya peningkatan promosi dengan mengenali karakteristik, sikap, dan perilaku konsumen dengan cermat (Winarko et al., 2020). Adopsi media sosial bagi UMKM di lingkungan Jakarta dipengaruhi konteks teknologi dan organisasi (Alvionita & Ie, 2021).

Modal sosial bukan sebatas ikatan interaksi yang mengaitkan aspek sikap orang tertentu saja, tetapi bisa juga mengaitkan orang dalam kelompok-kelompok yang membentuk sesuatu (Mas'adah et al., 2021). Keadaan ekonomi daerah, akses terhadap pemasaran dan faktor-faktor yang terkait akan mendorong perkembangan jumlah UMKM (Amelia & Miftahurrohmah, 2020). Ketertarikan UMKM untuk menggunakan *marketplace* sebagai sarana memasarkan produknya disebabkan oleh banyak faktor, di antaranya adalah kondisi pasar *offline* yang semakin sulit dan sepi, pertumbuhan *marketplace* yang semakin beragam, di mana *marketplace* memberikan kemudahan dan manfaat bagi UMKM (Sari & Sari, 2021).

SDM yang berkualitas diharapkan mampu membuat produk yang inovatif dan lebih beragam, dan bisa menjawab segala tantangan yang dihadapi dunia usaha (Ezizwita & Fitri, 2019). Inovasi ialah salah satu alternatif bagi organisasi untuk tumbuh serta bertahan hidup dalam area yang dinamis dan bergejolak (Sukarno, 2017). Salah satu upaya untuk meningkatkan kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional adalah dengan mendorong ketekunan berwirausaha kepada para pelaksana UMKM (Adrian & Wijaya, 2021).

Dalam rangka menindaklanjuti Program Pemerintah Provinsi DKI Jakarta terkait Pengembangan Kewirausahaan Terpadu/Jakpreneur Tim Abdimas STEI bermaksud untuk berkolaborasi dengan Suku Dinas Pemberdayaan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk (Sudin PPAPP) Kota Administrasi Jakarta Barat untuk memberikan pelatihan *digital marketing* sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jakarta Barat.

Dampak Pandemi Covid-19 DKI Jakarta pada pertengahan Maret 2020 sangat berpengaruh terhadap seluruh sektor kehidupan di masyarakat. Perubahan komunikasi pemasaran dari *offline* menjadi *online* inilah yang harus dipersiapkan para wirausaha agar tetap bisa bertahan dan bersaing dalam menjual produk dan jasanya. Oleh karena itu pengetahuan tentang *marketing* digital sangat dibutuhkan oleh para UMKM untuk *Go Digital*.

Masalah yang ingin dipecahkan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan berdasarkan Surat Permohonan dari Sudin PPAPP Jakarta Barat tanggal 5 Oktober 2021 No. 2072/1.83.4. tentang Permohonan Narasumber untuk memberikan pelatihan kepada para kader PKK dan peserta Jakpreneur di Wilayah Kota Administrasi Jakarta Tahun 2021 dengan tema “UMKM Go Digital”, yang disetujui oleh Ketua STEI Jakarta.

Berdasarkan uraian pada analisis situasi di atas, dan hasil diskusi tim PKM dengan mitra (Sudin PPAPP Jakarta Barat) ditemukan beberapa prioritas permasalahan yang harus diselesaikan sebagai berikut:

1. Kader PKK belum memiliki pemahaman tentang *digital marketing*.
2. Media sosial dipergunakan masih terbatas untuk komunikasi sosial, belum dioptimalkan untuk pemasaran produk.

Solusi dan Target

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka diadakan “Pelatihan *Soft Skills* Wirausaha UMKM Go Digital” kepada para kader PKK dan peserta Jakpreneur. Adapun tujuan dari kegiatan tersebut adalah:

1. Memberikan penjelasan dan pemahaman kepada peserta tentang **bagaimana** menjadi seorang *entrepreneur* sekaligus agen perubahan.
2. Memberikan penjelasan dan pemahaman bagi peserta mengenai karakteristik *entrepreneur* yang harus dimiliki.
3. Memberikan pemahaman bagaimana kiat-kiat berjualan *online* yang baik dan penggunaan *copy writing* untuk meningkatkan penjualan.

MATERI DAN METODE

Tempat dan Waktu

Program PKM ini dilaksanakan pada Sudin PPAPP Jakarta Barat pada Jumat, 15 Oktober 2021, pukul 13.00 – 16.00 WIB melalui *online* (*zoom meeting*).

Khalayak Sasaran

Pelatihan *Soft Skills* Wirausaha UMKM Go Digital diikuti oleh 75 kader PKK dan peserta Jakpreneur di wilayah Kota Administrasi Jakarta Barat.

Metode/Pendekatan

Kegiatan PKM bertema UMKM Go Digital dengan judul Pelatihan *Soft Skills* Wirausaha UMKM Go Digital dilaksanakan dengan metode sebagai berikut:

- a. Peserta yang hadir akan diberikan pemahaman tentang membangun jiwa wirausaha di masa Pandemi Covid-19 dengan pemanfaatan platform media sosial. Metode penyampaian menggunakan bahasa Indonesia dengan memperhatikan kondisi peserta yang ada.

- b. Peserta melakukan kegiatan tanya-jawab dengan narasumber pada akhir acara. Tujuannya agar dapat memberikan pemahaman dan motivasi membangun jiwa wirausaha dan cara memanfaatkan serta mengoptimalkan platform media sosial guna meningkatkan penjualan dan pendapatan para kader PKK dan peserta Jakpreneur.

Metode Evaluasi

Evaluasi kegiatan perlu dilakukan guna mengetahui tingkat dan capaian dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat serta manfaat yang diperoleh peserta. Rencana evaluasi dilakukan melalui 3 tahapan, yaitu:

1. Evaluasi struktur, merupakan evaluasi yang terkait dengan kehadiran peserta dalam kegiatan ini, media dan alat yang digunakan dalam kegiatan, serta peran dan fungsi masing-masing anggota tim.
2. Evaluasi proses, merupakan evaluasi yang berhubungan dengan waktu pelaksanaan kegiatan dan keterlibatan peserta.
3. Evaluasi hasil, merupakan evaluasi yang terkait dengan pemahaman peserta tentang materi yang disampaikan oleh narasumber.

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan pada kegiatan ini adalah bahwa kader PKK dan peserta Jakpreneur dapat memahami tentang *digital marketing* dan mampu menggunakan media sosial yang dimiliki untuk memasarkan produk dan meningkatkan penjualannya. Untuk melihat keberhasilan kegiatan ini, Sudin PPAPP akan memantau proses pemasaran dan pemanfaatan sosial media yang dilakukan oleh para kader PKK dan peserta Jakpreneur. Hasil pemantauan Sudin PPAPP akan disampaikan kepada tim PKM untuk evaluasi dan persiapan pelatihan selanjutnya.

REALISASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

PELAKSANAAN/REALISASI KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan PKM ini membutuhkan waktu kurang lebih 55 jam, dari mulai pembicaraan awal dengan pihak Sudin PPAPP Jakarta Barat sampai dengan penyusunan laporan kegiatan. Berdasarkan hasil diskusi dengan pihak Mitra, maka ditetapkan luaran kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta tentang bagaimana agar tetap berkreaitivitas dimasa pandemi Covid-19 ini.
2. Meningkatkan jumlah pemakai/pengguna *market place* atau penjualan *online* dalam meningkatkan kuantitas penjualan.
3. Meningkatkan jumlah wirausaha yang menggunakan media *online*.
4. Memberikan motivasi kepada peserta untuk terus berinovasi agar dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat.

Kegiatan Pelatihan *Soft Skills Wirausaha UMKM Go Digital* dilaksanakan pada tanggal 15 Oktober 2021 dengan urutan kegiatan sebagai berikut:

- a. Tahap Persiapan
Sebelum masuk tahap pelaksanaan pelatihan terlebih dahulu beberapa persiapan yang harus dilakukan antara lain :

1. Pada tahap awal sebelum kegiatan-dilaksanakan di lapangan, Anggota Tim melakukan survei lokasi.
 2. Hasil survei anggota tim dirapatkan dalam rangka persiapan pembuatan proposal kegiatan yang akan dilaksanakan.
 3. Ketua Tim mengajukan proposal rencana kegiatan kepada Kepala Bagian Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta untuk di *review*.
 4. Hasil *review* proposal tersebut ditindaklanjuti dengan pengajuan pelaksanaan kegiatannya.
 5. Mempersiapkan tempat dan peralatan yang dibutuhkan seperti :
 - a. Pembuatan surat permohonan Kolaborasi Sosial Berskala Besar dari SUDIN PPAPP Kota Administrasi Jakarta Barat ke Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
 - b. Penentuan jadwal kegiatan
 - c. Pembuatan pamflet kegiatan
 - d. *Input* kegiatan KSBB di web corona.co.id
 - e. Pembuatan dan penyebaran undangan untuk peserta
 - f. Penyiapan lokasi acara
- b. Tahap Pelaksanaan
Pelatihan kepada para kader PKK dan peserta Jakpreneur ini dilaksanakan secara *online* melalui *zoom meeting*. Adapun Pelatihan yang diberikan adalah *digital marketing*, penggunaan sosial media dan *copy writing* untuk peningkatan penjualan produk oleh kader PKK dan peserta Jakpreneur.
- c. Tahap Evaluasi
Evaluasi pelatihan dilakukan dengan tanya-jawab dan kuesioner untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap pelatihan yang diberikan.
- d. Tahap Pembuatan Laporan
Pada tahap akhir dibuat laporan kegiatan PKM tentang Pelatihan UMKM dengan judul Webinar Pelatihan *Soft Skills* Wirausaha UMKM *Go Digital*, Kolaborasi Sudin PPAPP Jakarta Barat dengan STEI Jakarta.

Pada pelaksanaan Pelatihan *Soft Skills* Wirausaha UMKM *Go Digital*, terdapat 2 kegiatan utama, yaitu:

1. Ceramah untuk memudahkan pemahaman peserta mengenai konsep *The Entrepreneurial Spirit*, dan *UKM Go Digital*. Pada sesi ini ada 2 (dua) orang narasumber dan 2 (dua) materi, disajikan pada Tabel 1.
2. Para kader PKK dan peserta Jakpreneur melakukan kegiatan tanya-jawab dengan narasumber. Pertanyaan yang diajukan terkait implementasi dari materi yang disampaikan dan permasalahan yang mereka hadapi dalam menjalankan usahanya.

Tabel 1. Topik Materi oleh Narasumber

No.	Materi	Narasumber
1	<i>The Entrepreneurial Spirit</i>	Megayani, SE., MM
2	UKM <i>Go Digital</i>	Dr. Antaiwan Bowo Pranogyo SE., MM

Berikut adalah foto-foto kegiatan pelatihan yang dilaksanakan secara online:



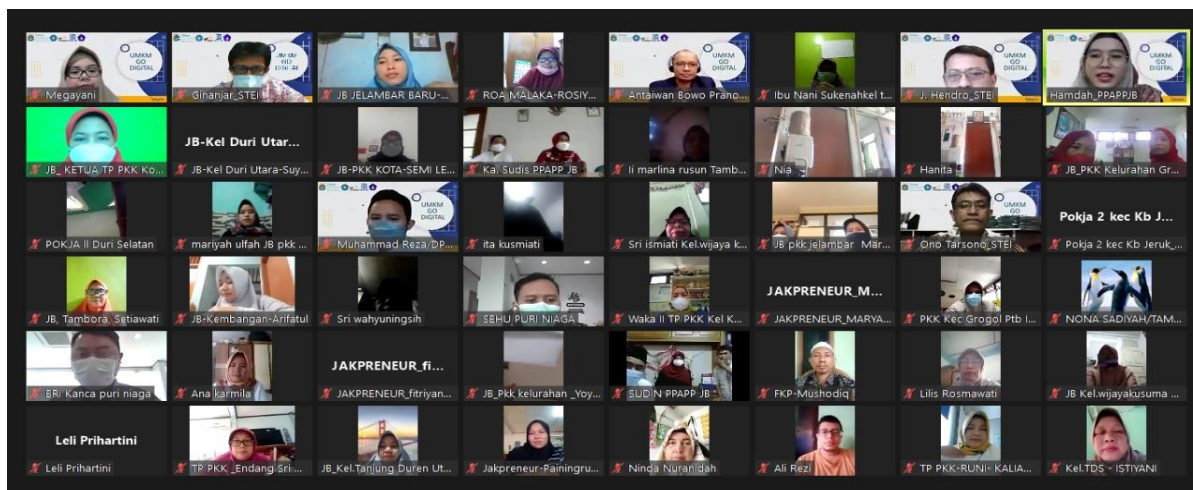
Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

Gambar 1.
Pemberian Materi Ceramah The Entrepreneurial Spirit disampaikan oleh Megayani, SE., MM



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

Gambar 2.
Pemberian Materi Ceramah UKM Go Digital disampaikan oleh Dr. Antaiwan Bowo Pranogyo, SE., MM



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2021)

Gambar 3.

Peserta menyampaikan pertanyaan terkait materi yang disampaikan oleh narasumber PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Pelatihan *Soft Skills* Wirausaha UMKM Go Digital bagi para kader PKK dan Peserta Jakpreneu berjalan dengan lancar. Para peserta mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pelaku UMKM yang menjadi agen perubahan, memberi dampak pada ide-ide baru dalam pasar dan merangsang pertumbuhan ekonomi. Karakteristik *entrepreneur* yang harus dimiliki adalah 1) Orientasi pada tindakan, 2) Orientasi pada hasil, 3) Antusias dan energik, 4) Komitmen, 5) Optimistik, 6) Komunikatif, 7) Inspiratif, 8) Edukatif, 9) *Risk taker*, 10) Kreatif dan 11) Inovatif.

Para peserta memahami inti dari kewirausahaan yaitu pola pikir (*mindset*), pengetahuan (*knowledge*) dan keterampilan (*skill*). Target yang ingin dicapai adalah mewujudkan pribadi yang andal. Perubahan zaman menuntut *entrepreneur* untuk mempunyai keterampilan yang dapat mengatasi tantangan tersebut. *Skill* yang harus dimiliki saat ini meliputi *sales* dan *marketing*, *finance*, *transformational leadership*, dan *digital capabilities*. Pola usaha yang dilakukan oleh para kader PKK saat ini masih menggunakan pola *traditional* belum memanfaatkan internet dan media sosial. Pengguna internet di Indonesia sebanyak 212,35 Juta atau 76,8% dari jumlah penduduk Indonesia yang merupakan pasar digital yang sangat potensial. Berdasarkan data Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dari 64, 2 juta UMKM di Indonesia hanya 13 % UMKM yang Go Digital.

Pelatihan Go Digital merupakan solusi dari permasalahan yang ada. Digitalisasi dan alat digital dapat membantu UMKM, dalam standarisasi dan otomatisasi proses bisnis, mengurangi biaya serta mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja. Selain itu, Go Digital akan meningkatkan daya saing UKM dan memahami perilaku konsumen. Saat melakukan transformasi digital, seringkali pelaku usaha kebingungan terhadap platform mana yang harus mereka manfaatkan guna menjangkau konsumen lebih luas. Namun, sebelum menentukan platform digital yang digunakan, pelaku usaha harus terlebih dahulu menentukan target konsumennya. Hal ini kerap disebut mencari persona (*profiling persona*) yang tepat untuk disasar.

Pelatihan memberikan pemahaman bagaimana kiat-kiat berjualan Online yang baik. Dalam berjualan secara Online yang harus diperhatikan adalah tampilan foto produk yang menarik, karena tidak bisa dimungkiri berjualan Online adalah berjualan foto. Langkah selanjutnya adalah dengan meningkatkan *Customer Engagement* dengan *Giveaway*. Cara tersebut

akan meningkatkan interaksi dengan konsumen dan menjadi alat *marketing* untuk meraih banyak *followers* di media. *Endorsment*, merupakan cara memperluas market dengan memanfaatkan pengikut setia "*endorser*" untuk menjadi konsumennya. Para peserta juga mendapatkan gambaran bagaimana memanfaatkan platform digital yang dimilikinya. Bagaimana cara mengikuti *trend*, misalnya berjualan pada platform dengan jumlah pengguna terbanyak. Menggunakan *viral strategy*, dengan membuat konten yang menarik, *scenario* atau *story* yang membuat orang tertarik untuk mengikuti sehingga menjadi *viral*.

Materi penting yang juga disampaikan dalam pelatihan adalah keterampilan *copy writing*. Pemahaman peserta tentang *copy writing* akan membantu dalam membuat tulisan yang menjual, dengan mempelajari produk atau layanan yang diberikan, memahami kebutuhan *audiens*, bagaimana cara membuat *headline* yang memikat sekaligus mendukung *headline* dengan *lead* yang menarik. Keunggulan UMKM dengan melakukan digitalisasi adalah biaya operasional lebih efisien, jaringan Markets yang lebih luas, dapat memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI) untuk mempercepat respons kepada konsumen, toko dapat buka 7x24 jam tanpa dibatasi waktu dan tempat serta dapat membuka toko di berbagai *marketplace* dengan keunggulan masing-masing.

Walaupun pelatihan dilaksanakan secara *online*, akibat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), tetapi hal tersebut tidak menyurutkan antusias para peserta dalam mengikuti pelatihan, karena metode pelatihan yang mampu menarik perhatian dan memotivasi para peserta. Kegiatan pelatihan ini dapat berjalan dengan lancar dengan adanya faktor yang mendukung antara lain antusiasme para peserta pelatihan. Antusiasme dibuktikan dengan banyaknya pertanyaan yang muncul ketika pelaksanaan diskusi dan tanya-jawab kepada para narasumber.

Secara umum, kegiatan pelatihan ini berjalan lancar dan efektif. Untuk meningkatkan dampak yang lebih luas dari efek pelatihan adalah dengan melakukan pemantauan yang dilakukan oleh Suku Dinas terhadap para peserta pelatihan. Apakah para peserta setelah mengikuti pelatihan meningkat keterampilannya dalam bidang digital. Hasil pemantauan tersebut, disampaikan kepada tim pengabdian masyarakat untuk menyusun program-program pelatihan yang akan datang.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

KESIMPULAN

Dari kegiatan pelatihan dengan judul Pelatihan *Soft Skills* Wirausaha UMKM *Go Digital* bagi para kader PKK dan Peserta Jakpreneur berjalan dengan lancar dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelatihan memberikan penjelasan dan pengarahan kepada peserta bagaimana cara menjadi seorang *entrepreneur* yang menjadi agen perubahan.
2. Pelatihan memberikan penjelasan dan pemahaman mengenai karakteristik *entrepreneur* yang harus dimiliki.
3. Pelatihan memberikan pemahaman bagaimana kiat-kiat berjualan Online yang baik dan penggunaan *copy writing* untuk meningkatkan penjualan.

SARAN KEGIATAN LANJUTAN

Hasil dari pelaksanaan kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat dipantau oleh Suku Dinas PPAPP Kota Administrasi Jakarta Barat, sehingga dapat memberikan masukan untuk proses pelatihan kepada para kader PKK dan metode terbaik yang diberikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Suku Dinas PPAPP Kota Administrasi Jakarta Barat yang telah memberikan kepercayaan untuk menyelenggarakan pelatihan *Soft Skills* Wirausaha UMKM *Go Digital*.

REFERENSI

- Adrian, E., & Wijaya, A. (2021). Pengaruh Orientasi Dan Edukasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Finansial Bisnis UMKM Di Kota Bogor. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11258>
- Alvionita, A., & Ie, M. (2021). Pengaruh Konteks Teknologi, Konteks Organisasi Dan Konteks Lingkungan Terhadap Adopsi Media Sosial Bagi UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 214. <https://doi.org/10.24912/jmie.v5i1.11185>
- Amelia, P., & Miftahurrohmah, B. (2020). Dinamika Umkm Di Gresik - Jawa Timur Pada Perkembangan Era Digital Dengan Pendekatan Sistem Dinamik. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1), 17. <https://doi.org/10.33365/jtk.v14i1.532>
- Ezizwita, E., Masruri, Putri, M.E.Y. dan Sukma, T. (2019). Pelatihan Manajemen Usaha Dan Peningkatan Promosi Untuk Pengembangan UMKM Makanan Ringan. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, 1197–1204. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v2i0.512>
- Mas'adah, M., Asngadi, A., & Hirmantono, A. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus UMKM di Kawasan Pondok Pesantren Darul 'Ulum Jombang. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 43–48. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.452>
- Mukhsin. (2019). Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Teknokom*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.31943/teknokom.v2i1.25>
- Purwantini, A. H., & Anisa, F. (2018). Analisis Pemanfaatan Social Commerce bagi UMKM: Anteseden dan Konsekuen. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 16(1). <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v16i1.2413>
- Ratih, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 152–163. <https://doi.org/10.31294/eco.v5i2.10582>
- Ratnawati, S., & Ati, N. U. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM Batik Tulis di Desa Jabaran Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Abdidas*, 2(2), 383–391. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.287>
- Reskiputri, T. D., Halim, M., & Nursaidah, N. (2021). Literasi Keuangan Dan Penerapan Digital Bisnis Serta Strategi Branding Untuk Meningkatkan Pemasaran Kuliner Suwar Suwir Pada Umkm Mitra Bumdes Panti Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 2(2), 93–97. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v2i2.4900>
- Said, S., & Azhar, A. (2021). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mande Kecamatan Mpunda Kota Bima. *Jurnal PenKomi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 4(1), 29–41. <https://doi.org/10.33627/pk.v4i1.439>
- Sari, N., & Sari, M. (2021). Analisis Persepsi Kemudahan, Social Influence Dan Persepsi Keamanan

- Terhadap Minat Penggunaan Marketplace Oleh Umkm Di Jabodetabek. *Account*, 8(1).
<https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3870>
- Setiawan, B., & Fadillah, A. (2020). Pendampingan Penerapan Strategi Promosi Berbasis Digital Bagi UMKM Di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(1), 29–36.
<https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i1.320>
- Sukarno, G. (2017). Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Peran Lingkungan, Inovasi Produk Dan Kreatifitas Strategi Pemasaran. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 15(3), 332.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2011.v15.i3.2298>
- Suraya, F., Maharani, D. G., Rachmawati, H., Putri, D. M. Y., & Sari, R. A. (2021). Peran Digital Marketing dan Packaging dalam Meningkatkan Produktifitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candirot, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Puruhita*, 3(2), 52–58.
<https://doi.org/10.15294/puruhita.v3i2.53100>
- Winarko, H. B., Sihabudin, A., & Dua, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Terpadu Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 5(1), 58–68. <https://doi.org/10.33005/mebis.v5i1.103>