

## Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah Sebagai Solusi Bertahan Di Masa Pandemi COVID-19

<sup>1</sup>Widhy Wahyani, <sup>2</sup>Sanny Andjar Sari, <sup>3</sup>Lila Ayu Ratna Winanda

Program Studi Teknik Industri D-III, Institut Teknologi Nasional Malang, Indonesia<sup>1,2</sup>

Program Studi Teknik Sipil S-1, Institut Teknologi Nasional Malang, Indonesia<sup>3</sup>

e-mail: [widhy\\_wahyani@lecturer.itn.ac.id](mailto:widhy_wahyani@lecturer.itn.ac.id)<sup>1\*</sup>, [sannysari@lecturer.itn.ac.id](mailto:sannysari@lecturer.itn.ac.id)<sup>2</sup>,

\*Corresponding Author

Submit: 28 Februari 2022; revisi: 7 Maret 2022, diterima: 30 Mei 2022

### ABSTRAK

Selama pandemi COVID-19 UMKM Makanan Albar yang berlokasi di Desa Kebonagung Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang mengalami penurunan angka penjualan dan kesulitan memasarkan produknya. Terlebih selama pandemic COVID-19 diberlakukan social distancing untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19 dan jumlah penderita COVID-19. Untuk menyikapi situasi dan kondisi yang tidak menentu dan ketidakpastian dalam bisnis UMKM tersebut maka kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu memberikan solusi kepada UMKM Makanan Albar untuk melakukan transformasi digital sebagai solusi bertahan selama pandemic, dengan cara memberikan pemahaman dan keterampilan mengenai internet, sarana dan prasarana digital, media social serta penggunaannya untuk promosi dan menjual produknya. Adapun kendala yang muncul adalah minimnya pengetahuan, pemahaman, serta skill pelaku UMKM serta terbatasnya sarana dan prasarana digital yang tersedia pada UMKM tersebut. Transformasi digital pada UMKM Makanan Albar ini direalisasikan dengan memanfaatkan media social diantaranya adalah Instagram, Facebook, WA business, dan sebagainya, sebagai sarana promosi dan menjual produknya, dengan mempertimbangkan tingkat kemampuan pengetahuan dan pemahaman serta ketrampilan pelaku UMKM tersebut. Kegiatan ini menggunakan metode pendampingan pada pelaku UMKM dengan harapan pelaku UMKM mampu memanfaatkan dan mengoperasikan media sosial secara mandiri dalam melakukan promosi dan menjual produknya.

**Kata kunci:** Pandemi COVID-19, social distancing, transformasi digital, media social, internet

### ABSTRACT

During the COVID-19 pandemic, Aneka Makanan Albar (MSMEs) located in Kebonagung Village, Pakisaji District, Malang Regency experienced a decline in sales figures and difficulties in marketing their products. Especially during the COVID-19 pandemic, social distancing was implemented to reduce the spread of the COVID-19 virus and the number of COVID-19 sufferers. To address the uncertain situation and conditions and uncertainty in the MSME business, this service activity aims to help provide solutions for Aneka Makanan Albar to carry out digital transformation as a solution to survive during the pandemic, by providing understanding and skills regarding the internet, digital facilities and infrastructure, social media and its use to promote and sell its products. The obstacles that arise are the lack of knowledge, understanding, and skills of MSME actors and the limited digital facilities and infrastructure available to these MSMEs. The digital transformation of the Aneka Makanan Albar (MSMEs) is realized by utilizing social media including Instagram, Facebook, WA business, and so on, as a means of promoting and selling their products, taking into account the level of knowledge and understanding and skills of the MSME actors. This activity uses a mentoring method for MSME actors

*with the hope that MSME actors are able to utilize and operate social media independently in promoting and selling their products.*

**Keywords:** Pandemi COVID-19, social distancing, digital transformation, social media, internet



Copyright © 2022 The Author(s)

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

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting ekonomi nasional. Oleh karena itu, mereka perlu dibantu agar dapat bertahan, terutama saat pandemi COVID-19. Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bisa dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Daya juang sektor usaha itu memang harus diakui mampu bertahan dari terpaan krisis yang terjadi. Salah satu kondisi yang cukup berat adalah saat pandemi COVID-19, dimana memberikan pukulan keras pada ekonomi Indonesia. Namun, sektor usaha skala kecil mampu bertahan atau bahkan mulai tumbuh. Berdasarkan catatan Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang pada tahun 2020, ada sebanyak 9.870 usaha mikro di Kota Malang, Jawa Timur. Usaha-usaha tersebut, tidak sedikit yang mampu bertahan di tengah pandemi COVID-19. Namun, ternyata terjadinya pandemi COVID-19 di Indonesia, tidak menyurutkan niat sebagian orang untuk berani membuka usaha. Meskipun pengusaha besar menyatakan saat ini kondisi kian sulit karena terdampak pandemi COVID-19, namun usaha-usaha kecil malah bermunculan. Salah satu tantangan terbesar untuk memulai usaha adalah menemukan pangsa pasar yang tepat. Penggunaan media sosial seperti Instagram atau Facebook, tidak serta mampu mendorong penjualan produk UMKM. Bagi pelaku UMKM di Kota Malang dalam menggunakan media sosial atau platform digital sebagai media pemasaran produk bukanlah perkara mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi agar usaha tersebut bisa diterima para pengguna media sosial. Bagi sebagian pelaku UMKM di Kota Malang, terutama bagi yang sudah berumur, berjualan *online* tidak semudah yang dibayangkan. Pemasaran dengan menggunakan platform digital menjadi sebuah tantangan yang cukup berat. Terlebih, dikarenakan mereka kesulitan pada jaringan (*network*) yang dimiliki.

Meskipun demikian situasi dan kondisinya, Pemerintah Kabupaten Malang mendorong sektor Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang ada di wilayah tersebut untuk bangkit di tengah pandemi COVID-19. Para pelaku UMKM didorong untuk melakukan perdagangan secara *online*, terlebih saat pandemi menyebabkan terjadinya pembatasan interaksi dan aktivitas perdagangan konvensional, sehingga menyebabkan permintaan pasar juga ikut terdampak. Oleh karena hal tersebut, UMKM di Kota Malang terus didorong untuk “melek” digital, agar mampu bersaing dalam mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan berbagai aplikasi untuk memudahkan bisnis mereka.

Pemerintah Kota Malang berupaya untuk mendorong pertumbuhan sektor UMKM dengan menggunakan platform digital. Hal ini bertujuan untuk memperluas akses pasar dari produk-produk yang dihasilkan, atau dijual. Ada lebih dari 1000 UMKM Kota Malang yang sudah masuk *marketplace*, artinya sudah masuk pasar global.

Terkait dengan pengetahuan digital dan teknologi, UMKM Aneka Makanan Albar banyak berusaha dengan cara *offline* ataupun kombinasi dari keduanya. Berbagai cara dilakukan agar dapat melewati pandemi ini. Namun akses internet serta indeks kesiapan digital dari pelaku usaha ini menunjukkan bahwa UMKM ini tidak sepenuhnya siap untuk serta merta beralih ke digital. Salah satu caranya adalah membantu mempercepat digitilisasi UMKM. Beberapa UMKM yang sudah menerapkan digitilisasi, terbukti bisa memperoleh keuntungan lebih untuk mengembangkan usaha mereka.

Berdasarkan hasil survey lapangan kami melihat bahwa pemasaran produk bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Aneka Makanan Albar masih dinilai kurang karena minimnya pengetahuan dan pemahaman mengenai pemasaran melalui media sosial. Dengan demikian, solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu dilakukan pelatihan pemasaran digital melalui sosial media agar bisa membantu UMKM Aneka Makanan Albar mampu dalam menggunakan platform-platform *e\_commerce* untuk jual beli *online* beserta transaksi jual belinya.

#### **METODE** [Font Palatino Linotype 11, cetak tebal]

Untuk menyelesaikan permasalahan di UMKM Aneka Makanan Albar, maka dilakukan beberapa kegiatan sebagai berikut :

a. Pengenalan Internet Sebagai Sarana dalam Memperluas Jangkauan Pemasaran

UMKM Aneka Makanan Albar diharapkan mampu dalam menggunakan komputer dan memahami internet lebih dalam. Pemberian materi tentang internet ditujukan sebagai pendukung dalam pemasaran melalui media sosial. Pemasaran melalui media sosial akan dijelaskan dalam tahap ini.

b. Pengarahan dalam Menggunakan Media Sosial bagi UMKM Aneka Makanan

Albar. Dalam tahap ini, UMKM Aneka Makanan Albar akan diarahkan bagaimana cara menggunakan media sosial dengan menggunakan akun bisnis karena akun ini berbeda dengan akun pribadi. Dalam mengisi konten juga perlu diberikan pengarahan agar dapat memanfaatkan berbagai fitur dalam media sosial.

c. Pembuatan foto-foto produk untuk menyusun katalog produk dari UMKM

Makanan. Albar yang akan diupload di berbagai media social yang akan digunakan untuk mempromosikan produk-produknya.

d. Strategi Pemasaran melalui Media Sosial

Strategi sangat dibutuhkan dalam pemasaran. Strategi dalam media sosial berperan agar produk yang ditawarkan UMKM Aneka Makanan Albar mendapat jangkauan yang lebih luas kepada masyarakat. Selain itu, strategi ini dibutuhkan sebagai pangsa pasar di media sosial.

#### e. Pendampingan UMKM Aneka Makanan Albar

Pendampingan dilakukan agar bisnis dapat berkembang secara berkelanjutan. Dalam pendampingan ini akan dijelaskan mengenai strategi UMKM Aneka Makanan Albar seperti perawatan dan pengembangan strategi karena hal ini sangat dibutuhkan agar UMKM Aneka Makanan Albar dapat berlangsung lama dalam berbisnis.

Pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah dengan menggunakan konsep pendampingan dalam memanfaatkan berbagai media social berbasis internet yang dimulai dari tahap memberikan teori terlebih dahulu dan dilanjutkan dengan praktek secara langsung mengenai teori yang telah diberikan di UMKM Aneka Makanan Albar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Kegiatan

Adapun media sosial yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### Facebook

Hal yang pertama dilakukan dalam pemasaran di Facebook adalah meng-upload foto produk yang sudah menjadi katalog pada sebuah komunitas di Facebook agar jangkauan masyarakat lebih luas. Diharapkan customer akan mengirimkan sebuah pesan pribadi mereka di inbox atau bisa langsung terarahkan melalui chat pribadi di WhatsApp Bussines.

Dengan menggunakan aplikasi Facebook, yang semula penjualan Aneka Makanan Albar hanya menjangkau di kawasan desa Kebonagung, namun kini semakin meluas di daerah kawasan desa-desa sekitarnya dan meluas hingga wilayah kecamatan. Penjualan melalui aplikasi ini mampu meningkatkan pendapatan hingga 2 kali lipat. Yakni yang semula keuntungan per hari Rp 100.000,00 kini menjadi Rp 200.000,00.



Gambar 1. Fitur Facebook UMKM Makanan Albar



Gambar 2. Produk-produk UMKM Makanan Albar pada halaman Facebook

### WhatsApp Bussines

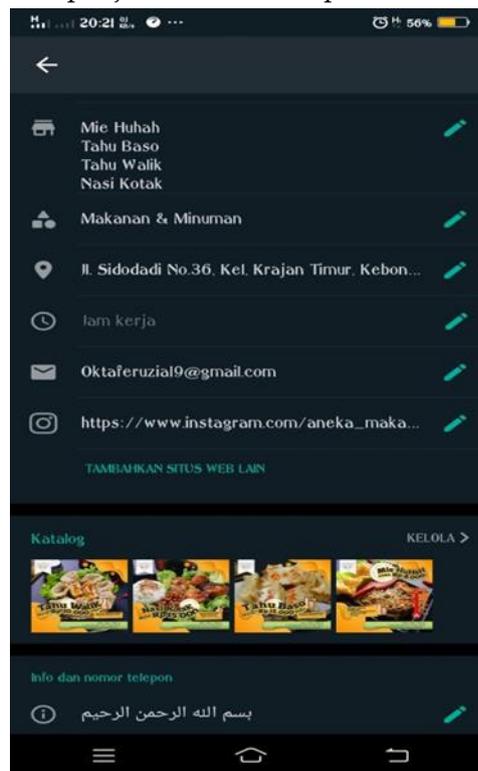
Langkah awal dalam pemasaran melalui media sosial berupa WhatsApp adalah dengan pembuatan katalog menu dan mengisi pada bagian-bagian tertentu di aplikasi WhatsApp Bussines. Kemudian memasukkan foto produk yang sudah menjadi katalog di menu bagian katalog pada WhatsApp Bussines. Customer dapat melihat profil bisnis Aneka Makanan Albar yang memuat menu, alamat, situs web, katalog, dan lain-lain.



Gambar 3. Fitur WA business UMKM Makanan Albar

Implementasi dari penggunaan aplikasi WhatsApp juga tak kalah dengan Facebook. Aneka Makanan Albar juga menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai media penjualan online. Dengan melalui WhatsApp, pembeli yang mengetahui informasi dari Facebook dapat secara langsung terarahkan dengan WhatsApp karena adanya nomor WhatsApp yang tertera di promosi penjualan melalui Facebook. Penjualan melalui WhatsApp tidak hanya mencakup keluarga, sahabat, maupun tetangga, tetapi juga mencakup orang lain sesama pengguna WhatsApp yang saling menyimpan nomor WhatsApp tersebut. Orang lain dapat melihat katalog dan postingan 24 jam yang tertera di aplikasi WhatsApp.

Penggunaan WhatsApp berpengaruh besar terhadap pendapatan Aneka Makanan Albar. Pendapatan dapat meningkat yang awal mulanya mendapat keuntungan 50.000 kini bisa mencapai 100.000 dari penjualan melalui aplikasi WhatsApp.



**Gambar 4. Gambar produk-produk UMKM Makanan Albar pada fitur WA business Instagram**

Langkah awal dalam pemasaran produk Aneka Makanan Albar adalah dimulai dari pembuatan akun dengan menggunakan fitur Instagram Bussines. Kemudian setelah pembuatan akun selesai, langkah selanjutnya adalah penamaan pada nama menggunakan dengan brand aneka\_makanan\_albar. Setelah itu, hal yang dilakukan adalah meng-upload foto produk yang telah menjadi katalog untuk memenuhi profil dari Instagram Bussines untuk usaha Aneka Makanan Albar.

Penggunaan aplikasi media sosial berupa Instagram berpengaruh terhadap penjualan aneka Makanan Albar, yang semula penjualannya offline hanya menjangkau

di kawasan sendiri, namun kini semakin meluas, bahkan seluruh Indonesia pun dapat melihat setiap postingan Instagram milik aneka Makanan Albar. Namun penjualan selama ini masih di wilayah Malang, belum sampai ke luar kota. Terlepas dari hal itu, penjualan melalui aplikasi ini mampu meningkatkan pendapatan hingga 30% dari penjualan semula.



**Gambar 5. Fitur Instagram UMKM Makanan Albar**

Langkah awal dalam pemasaran produk Aneka Makanan Albar adalah dimulai dari pembuatan akun dengan menggunakan fitur Instagram Bussines. Kemudian setelah pembuatan akun selesai, langkah selanjutnya adalah penamaan pada nama menggunakan dengan brand Aneka\_Makanan\_Albar. Setelah itu, hal yang dilakukan adalah meng-upload foto produk yang telah menjadi katalog untuk memenuhi profil dari Instagram Bussines untuk usaha Aneka Makanan Albar.

Penggunaan aplikasi media sosial berupa Instagram berpengaruh terhadap penjualan aneka Makanan Albar, yang semula penjualannya offline hanya menjangkau di kawasan sendiri, namun kini semakin meluas, bahkan seluruh Indonesia pun dapat melihat setiap postingan Instagram milik aneka Makanan Albar. Namun penjualan selama ini masih di wilayah Malang, belum sampai ke luar kota Malang. Terlepas dari hal itu, penjualan melalui aplikasi ini mampu meningkatkan pendapatan hingga 30% dari penjualan semula.

Sesi terakhir pada kegiatan ini adalah mengoptimalkan pemasaran sosial media agar dapat mendatangkan keuntungan bagi UMKM Aneka Makanan Albar. Proses

dalam mendatangkan keuntungan ini adalah memberikan tips-tips dan cara khusus agar barang dagangan dapat laku terjual. Hasil yang didapatkan dalam pendampingan ini adalah pembuatan akun media sosial bagi peserta dan pemanfaatan sosial media secara optimal untuk mendatangkan keuntungan dengan membantu UMKM Aneka Makanan Albar untuk mendapatkan ide dalam pembuatan bisnis yang baru.

**Tabel 1. Pendapatan penjualan selama 9 bulan terakhir**

Bulan	Total Pendapatan
Maret 2021	Rp. 1.900.000,-
April 2021	Rp. 2.150.000,-
Mei 2021	Rp. 1.870.000,-
Juni 2021	Rp. 2.700.000,-
Juli 2021	Rp. 3.000.000,-
Agustus 2021	Rp. 2.900.000,-
September 2021	Rp. 2.750.000
Oktober 2021	Rp. 2.600.000
November 2021	Rp. 2.100.000

Sumber data: internal UMKM Aneka Makanan Albar

Dari tabel 1, dapat dilihat pendapatan yang naik signifikan. Hal tersebut terjadi karena strategi pemasaran yang cukup baik dan adanya proses pembuatan foto produk dan katalog yang menjadi salah satu pendukung dalam naiknya pendapatan pada setiap bulannya. Terlihat dari bulan Maret hingga Mei, pendapatan hanya sekitar 1 juta sampai 2 jutaan saja, namun dengan adanya pembuatan foto produk dan katalog, pendapatan pada bulan Juni hingga Agustus menjadi 2,5 juta hingga 3 jutaan. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa proses pembuatan foto produk dan katalog sangat mempengaruhi proses penjualan dan pemasaran pada usaha Aneka Makanan Albar.

Namun, pada bulan September 2021 sampai November 2021 mengalami penurunan dalam pendapatan, hal tersebut karena seiring berjalannya waktu seperti banyaknya pesaing, kurangnya strategi dalam menghadapi ancaman-ancaman yang terjadi, kurangnya dalam hal memanfaatkan peluang yang ada. Maka dari itu, perlu evaluasi lebih lanjut untuk menghadapi hal-hal semacam ini agar penjualan pada UMKM Aneka Makanan Albar dapat berjalan dengan baik.

### **Kendala dalam mengimplementasikan media social dalam promosi dan penjualan**

Adapun kendala yang dihadapi dalam menerapkan promosi dan penjualan melalui media social yang dilakukan oleh UMKM Aneka Makanan Albar adalah sebagai berikut:

#### **1. Budaya atau tren penjualan melalui media social yang dinamis**

Budaya atau tren penjualan melalui media social yang dinamis (cepat berubah seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi). Adanya persaingan

atau kompetitor membuat UMKM Aneka Makanan Albar harus mencoba sesuatu yang baru untuk menarik perhatian konsumen. Karena pada dasarnya ketika menjalankan usaha dengan cara yang lama tidak dapat menjalankan bisnis dengan baik. Maka dari itu, Aneka Makanan Albar harus aktif berinovasi seperti melalui promosi yang lebih baik, deskripsi produk yang menarik (seperti menu-menu baru, kemasan, stiker, gambar produk, dll.). Dari gambar di bawah ini menunjukkan bahwa pengayaan kemasan yang sebelumnya adalah kotak kardus menjadi *bowl* (mangkuk).



4 (a)

4 (b)

Gambar 4 (a)(b). Pengayaan kemasan oleh UMKM Aneka Makanan Albar dari semula menggunakan box merambah ke dalam bentuk mangkuk (bowl)

## 2. Masalah keuangan.

Masalah keuangan yang dihadapi UMKM Aneka Makanan Albar seperti ketidakdisiplinan dalam melakukan pencatatan atau pembukuan keuangan. Ketidakteraturan dalam melakukan pencatatan keuangan dapat menyebabkan ketidaktahuan dalam biaya yang dikeluarkan dan yang masuk sehingga menyebabkan bisnis tidak berjalan dengan baik.

## 3. Kurangnya pengetahuan, pemahaman dan skill pelaku UMKM

Selama dilakukan kegiatan pendampingan UMKM, hal dominan yang muncul adalah kurangnya pengetahuan, pemahaman dan skill pelaku UMKM dengan kata lain bisa disebut masih gagap teknologi (belum melek digital). Untuk menyikapi hal ini diperlukan kesabaran dan ketelatenan dari pendamping UMKM, supaya kegiatan transfer of knowledge dan pengasahan skill dalam penggunaan media digital bisa berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan kegiatan, maka anggota keluarga pelaku UMKM yang sudah melek digital dilibatkan secara aktif supaya bisa berkontribusi positif pada peningkatan promosi dan penjualan online produk UMKM Aneka Makanan Albar. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM bisa mengoperasikan dan memanfaatkan media social secara mandiri.

#### **4. Kurangnya sarana dan prasarana yang mendukung transformasi digital**

Kurangnya sarana dan prasarana yang mendukung transformasi digital memang perlu diberikan perhatian juga, dikarenakan tanpa sarana dan prasarana yang memadai kegiatan transformasi digital tidak akan terlaksana dengan baik. Selama pendampingan memang ada kendala terkait dengan hal ini, dikarenakan alat (devices) yang digunakan masih belum begitu layak demikian juga pengadaan internet dan sebagainya.

#### **Kelebihan penerapan promosi dan penjualan melalui media social pada UMKM Aneka Makanan Albar**

1. Dapat meningkatkan pendapatan dengan menggunakan penjualan online karena biayanya juga lebih murah daripada pemasaran secara offline karena dapat mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas dan pencetakan seperti pembuatan brosur, poster, back drop, dan lain-lain.
2. Pembayaran dapat dilakukan melalui online atau transfer (dapat dilakukan melalui M-banking) sehingga dapat menghemat waktu dan dapat dilakukan pengecekan secara langsung.
3. Memperluas akses pasar atau jangkauan konsumen dalam mengenal produk UMKM Aneka Makanan Albar sehingga dapat meningkatkan konsumen.

#### **Kekurangan penerapan E-Commerce di UMKM Aneka Makanan Albar**

Tingginya dan ketatnya persaingan di antara bisnis sejenis yang menyebabkan UMKM Aneka Makanan Albar perlu lebih giat dan aktif lagi membuat menu-menu baru, kemasan yang menarik dan unik, membuat foto-foto produk yang menarik supaya promosi di media social banyak mendapatkan response sehingga bisa meningkatkan jumlah penjualannya. Terlebih pelaku UMKM dituntut aktif menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan seiring dengan perkembangan teknologi yang ada.

#### **SIMPULAN**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di UMKM Aneka Makanan Albar dapat disimpulkan berjalan dengan baik. Proses transfer teknologi dengan UMKM tersebut dapat dilakukan dengan diskusi yang mampu memberikan wawasan terhadap pemecahan permasalahan mitra. UMKM Aneka Makanan Albar mampu mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi yang dapat meningkatkan jumlah penjualan secara mandiri.

#### **Saran**

Pelaksanaan pelatihan pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM Aneka Makanan Albar secara umum sudah berjalan dengan baik berkat kerjasama dan dukungan kedua belah pihak. Namun ada beberapa hal yang

menjadi catatan setelah kegiatan tersebut berlangsung, yaitu pelatihan di UMKM Aneka Makanan Albar membutuhkan pendampingan secara berkelanjutan setelah kegiatan ini, sebab pelaku UMKM yang berusia lanjut masih sering mengalami kesulitan dalam mengoperasikan penggunaan gadget (alat/devices) apalagi bermedsos, terlebih untuk mengatur dan memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada masing-masing media social yang digunakan tersebut. Sehingga seringkali harus minta pendampingan pada anggota keluarga yang lebih muda (yang lebih melek digital).

## DAFTAR REFERENSI

- Ekonomi Kota Malang Tumbuh di Tengah Pandemi, <https://mediaindonesia.com/ekonomi/346402/ekonomi-kota-malang-tumbuh-di-tengahpandemi>, diakses pada tanggal 31 Januari 2021, jam 16.00 WIB
- UMKM Online jadi Solusi Bertahan saat Pandemi Covid-19 , <https://aptika.kominfo.go.id/2020/05/umkm-online-jadi-solusi-bertahan-saat-pandemicovid-19/>, diakses pada tanggal 31 Januari 2021, jam 19.00 WIB
- UMKM Kota Malang didorong "melek" digital, <https://www.antaranews.com/berita/1178635/umkm-kota-malang-didorong-melek-digital>, diakses pada tanggal 1 Februari 2021, jam 17.00 WIB
- Pemkot Malang dorong pertumbuhan UMKM lewat platform digital, [https://www.antaranews.com/berita/1953228/pemkot-malang-dorong-pertumbuhan-umkml Lewat-platformdigital?utm\\_source=antaranews&utm\\_medium=related&utm\\_campaign=related\\_news](https://www.antaranews.com/berita/1953228/pemkot-malang-dorong-pertumbuhan-umkml Lewat-platformdigital?utm_source=antaranews&utm_medium=related&utm_campaign=related_news), diakses pada tanggal 1 Februari 2021, jam 19.00 WIB
- Digitilisasi UMKM Di Masa Wabah, <https://koran.tempco.co/read/ekonomi-danbisnis/458676/digitalisasi-umkm-di-masa-wabah>, diakses pada tanggal 2 Februari 2021, jam 17.00 WIB
- Merawat UMKM Yang Tumbuh Di Tengah Pandemi, [https://www.antaranews.com/berita/1985532/merawat-umkm-yang-tumbuh-di-tengahpandemi?utm\\_source=antaranews&utm\\_medium=related&utm\\_campaign=related\\_news](https://www.antaranews.com/berita/1985532/merawat-umkm-yang-tumbuh-di-tengahpandemi?utm_source=antaranews&utm_medium=related&utm_campaign=related_news), diakses pada tanggal 2 Februari 2021, jam 19.00 WIB
- Digitalisasi UMKM untuk Bertahan di Masa Pandemi, <https://m.liputan6.com/tekno/read/4422031/digitalisasi-umkm-untuk-bertahan-di-masapandemi>, diakses pada tanggal 2 Februari 2021, jam 19.00 WIB
- Anonim, *Ecommerce for Everybody*, iThemes Media, 1770 South Kelly Avenue, Edmond, OK 73013
- Kutz, Martin, *Introduction To E\_Commerce, Combining Business And Information Technology*, 1st edition, Martin Kutz & bookboon.com, 2016