

## Pelatihan Pengelolaan E Commerce Bagi Usaha Produktif Di Nagari Bukik Batabuah, Kabupaten Agam

### *Training on E-Commerce Management for Productive Businesses in Nagari Bukik Batabuah, Agam Regency.*

Yohan Fitriadi<sup>1</sup>, Wellia Novita<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas Putra Indonesia (UPI) YPTK Padang,

Korespondensi penulis: [Yohanfitriadi@gmail.com](mailto:Yohanfitriadi@gmail.com)\*

#### Article History:

Received: Oktober 31 2023

Revised: November 16 2023

Accepted: Desember 31 2023

**Keywords:** MSMEs, E-Commerce, Digital Marketing, Canva, Shopee

**Abstract.** *This training plays a crucial role in providing training to 37 participants in Nagari Bukit Batabuah, Agam Regency. It focuses on micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in the region. Pre-training needs analysis helped the community service team understand the challenges faced by the partners and identify their primary needs. Survey data indicates that the majority of participants have been actively involved in various business sectors, with many already owning their businesses. Income analysis suggests income variation, with most participants falling into the middle and upper-middle-income categories. In the context of digital marketing, Shopee emerges as the primary platform chosen by participants, while diversification through WhatsApp Business, Facebook, and Instagram is also evident. This training provides a deep understanding and practical skills to MSME entrepreneurs, assisting them in developing effective marketing strategies and leveraging the full potential of online media for business growth.*

#### Abstrak

Pelatihan ini mengambil peran penting dalam memberikan pelatihan kepada 37 peserta yang ada di Nagari Bukit Batabuah, Kabupaten Agam. Dengan fokus pada pelaku usaha UMKM di wilayah tersebut. Analisis kebutuhan sebelum pelatihan dilaksanakan membantu tim pengabdian masyarakat memahami permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan menentukan kebutuhan utama mereka. Data hasil survey menunjukkan bahwa mayoritas peserta telah aktif dalam berbagai sektor usaha, dan sebagian besar sudah memiliki usaha sendiri. Analisis pendapatan peserta mengindikasikan variasi pendapatan, dengan sebagian besar peserta berada dalam kategori pendapatan menengah dan menengah tinggi. Dalam konteks pemasaran digital, Shopee menjadi platform utama yang dipilih oleh peserta, sementara diversifikasi melalui WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram juga terlihat. Pelatihan ini memberikan pemahaman mendalam dan keterampilan praktis kepada pelaku usaha UMKM, membantu mereka mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan memanfaatkan potensi penuh dari media online untuk pertumbuhan bisnis mereka

**Kata Kunci:** UMKM, E Commerce, Pemasaran Digital, Canva, Shopee

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak besar terhadap perubahan budaya sehari-hari kita (Wiryaningrum et al., 2022). Media elektronik, khususnya yang memanfaatkan internet, menjadi salah satu sarana utama dalam komunikasi dan bisnis (Arianto, 2022). Meskipun masih banyak pelaku bisnis yang belum sepenuhnya memahami potensi internet, namun karena tekanan dalam dunia bisnis yang semakin menuju ke arah media elektronik, banyak dari mereka mulai (Febriantoro, 2016)

Penggunaan internet melalui berbagai perangkat, seperti komputer, notebook, dan

\* Yohan Fitriadi, [Yohanfitriadi@gmail.com](mailto:Yohanfitriadi@gmail.com)

ponsel. Masyarakat kini lebih cenderung untuk terhubung secara online, baik untuk keperluan bisnis maupun komunikasi (Indoworo, 2016). Transformasi ini juga menciptakan pergeseran dalam cara kita berinteraksi, berkomunikasi, dan melakukan bisnis. Dengan demikian, kehadiran internet telah menjadi kekuatan yang menggerakkan perubahan budaya, merangsang pelaku bisnis untuk mengadopsi teknologi ini guna memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari (Setiawan, 2018)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Mereka berfungsi sebagai pilar utama dalam menjaga stabilitas ekonomi suatu negara di tengah-tengah berbagai krisis (Kader, 2018). Salah satu contohnya adalah krisis ekonomi di Indonesia pada tahun 1998, di mana banyak perusahaan berskala besar mengalami kebangkrutan, sementara sektor UMKM terbukti tangguh dan memiliki ketahanan yang kuat. (Novitasari, 2022)

Adanya beberapa alasan mengapa UMKM dapat bertahan dan bahkan tumbuh selama masa krisis seperti itu. Pertama, sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan menyediakan jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang relatif rendah (Sujarweni & Utami, 2015). Kedua, sebagian besar UMKM tidak bergantung pada modal dari bank, yang membuat mereka lebih fleksibel dan kurang terpengaruh oleh fluktuasi suku bunga atau persyaratan pinjaman (Putra, 2018). Ketiga, UMKM cenderung memiliki modal terbatas dan beroperasi di pasar yang bersaing, sehingga mereka terbiasa beradaptasi dengan perubahan dan meningkatkan daya saing. Dalam konteks ini, keberadaan UMKM bukan hanya sebagai sumber lapangan kerja, tetapi juga sebagai pendorong ketahanan ekonomi yang dapat beradaptasi dan bertahan dalam kondisi yang sulit sekalipun (Putrie et al., 2023)

Tujuan utama dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan bantuan dan dukungan kepada para pelaku usaha dalam upaya mempromosikan produk UMKM di Nagari Bukit Batabuah. Melibatkan tim yang terampil dan berkompeten, kegiatan ini dirancang untuk memberikan solusi konkret dengan fokus pada peningkatan pemahaman pelaku UMKM terkait dengan strategi pemasaran yang efektif.

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, tim pengabdian secara aktif terlibat dalam menyelenggarakan sosialisasi. Sosialisasi ini dirancang untuk memberikan pandangan mendalam tentang cara-cara melaksanakan strategi pemasaran yang baik kepada pelaku UMKM. Dengan pemahaman yang ditingkatkan, diharapkan para pelaku UMKM di Nagari Bukit Batabuah dapat mengoptimalkan promosi produk mereka, meningkatkan visibilitas, dan pada akhirnya, meningkatkan hasil penjualan serta kontribusi mereka terhadap perekonomian lokal.

## **METODE**

Pada tanggal 02 Desember 2024, kegiatan pengabdian kepada masyarakat sukses dijalankan dengan melibatkan 37 warga Nagari Bukit Batabuah, Kecamatan Candung Koto Laweh. Acara ini dirancang untuk memberikan bantuan dan dukungan kepada pelaku usaha UMKM di wilayah tersebut. Salah satu metode utama yang diterapkan dalam pelaksanaan program ini adalah sosialisasi. Dalam bentuk ini, tim pengabdian menyampaikan materi kepada mitra pelaku usaha UMKM di Nagari Bukit Batabuah, yang dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam terkait permasalahan yang dihadapi oleh mereka. Materi sosialisasi disusun dengan teliti, bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang dapat diterapkan oleh para mitra dalam mengelola dan memajukan usaha mereka. Upaya ini difokuskan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra terkait strategi pemasaran yang efektif.

Metode kedua yang digunakan adalah diskusi. Setelah pemateri menyampaikan materi, diskusi digelar untuk menciptakan suasana tanya jawab antara pemateri dan peserta. Ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan memahami lebih dalam materi yang telah disampaikan. Diskusi ini membuka ruang untuk interaksi yang lebih aktif, sehingga peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat bertukar pandangan, pengalaman, dan berdiskusi tentang potensi solusi terhadap permasalahan yang mereka hadapi.

Selanjutnya metode praktis menjadi kunci penting suksesnya pelatihan tersebut. Peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktek pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pembuatan Katalog Digital. Dalam sesi ini, peserta belajar membuat flyer dan poster untuk keperluan promosi produk mereka. Selanjutnya, peserta juga diberikan panduan terkait pemanfaatan WhatsApp Business dan Shopee dalam pengembangan bisnis. Mereka diajak untuk menentukan aplikasi mana yang paling sesuai dengan jenis usaha yang mereka jalankan. Kesempatan untuk terlibat langsung dalam kegiatan praktek ini memberikan manfaat tambahan, yakni meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam memanfaatkan teknologi modern untuk kepentingan bisnis mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada pemberdayaan peserta untuk menerapkan secara praktis konsep-konsep yang telah dipelajari. Diharapkan, melalui kombinasi metode sosialisasi, diskusi, dan praktek, pelaku usaha UMKM di Nagari Bukit Batabuah dapat lebih siap dan terampil dalam menghadapi tantangan pemasaran, serta mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk kemajuan bisnis mereka.

## HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada tanggal 02 Desember 2024 di Nagari Bukit Batabuah, Kecamatan Candung Koto Laweh, melibatkan 37 peserta dan bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada pelaku usaha UMKM di wilayah tersebut. Sebelum pelatihan dilaksanakan team pengabdian masyarakat memberikan kuesioner yang diisi oleh peserta pelatihan. Analisis kebutuhan telah dilakukan dengan tujuan untuk memahami sejauh mana masalah yang dihadapi oleh mitra dan mengetahui kebutuhan utama mereka dalam mengatasi permasalahan tersebut. Strategi ini bertujuan agar tim pelaksana dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi mitra. Adapun data yang didapatkan antara lain

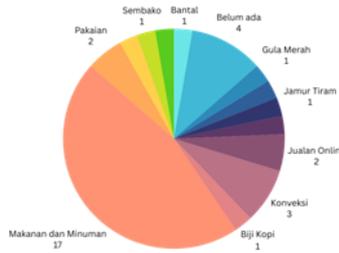
Apakah mitra sudah memiliki usaha	Jumlah
Sudah	33 Orang
Belum	4 Orang
Total	37 Orang

**Tabel 1: Gambaran Peserta Pelatihan**

Dari total 37 peserta pelatihan yang terlibat, hasil survey menunjukkan bahwa: Sebanyak 33 orang peserta pelatihan telah memiliki usaha pada saat survey dilakukan. Mereka terlibat dalam berbagai sektor usaha, seperti pembuatan bantal, produksi gula merah, produk handmade, jamur tiram, jasa tata rias, penjualan online, konveksi, bisnis kopu, makanan dan minuman, pakaian, penjualan pulsa, sembako, hingga budidaya strawberry.

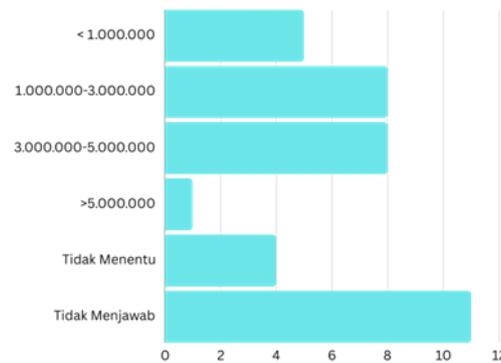
Kemudian Peserta yang Belum Memiliki Usaha Sebanyak 4 orang peserta pelatihan yang belum memiliki usaha pada saat survey. Kondisi ini memberikan peluang untuk memberikan dukungan dan pelatihan lebih lanjut agar mereka dapat memulai usaha mereka sendiri.

Hasil survey ini memberikan gambaran bahwa mayoritas peserta pelatihan telah aktif dalam dunia usaha, menciptakan keragaman dalam sektor-sektor yang mereka geluti. Adanya peserta yang belum memiliki usaha memberikan peluang untuk memberikan bimbingan dan dukungan lebih lanjut agar mereka dapat merintis usaha mereka sendiri di masa depan



**Gambar 2: Diagram Usaha yang digeluti Oleh Peserta Pelatihan UMKM di Bukit Batabuah, Agam**

Hasil survey menunjukkan beragamnya jenis usaha yang dimiliki oleh peserta pelatihan di Nagari Bukit Batabuah. Dominasi terlihat pada sektor makanan dan minuman dengan jumlah peserta yang signifikan, sementara beberapa peserta juga memiliki usaha di sektor konveksi, pakaian, jasa tata rias, dan lainnya. Informasi ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan program pelatihan yang lebih spesifik dan sesuai dengan kebutuhan peserta di wilayah tersebut.



**Gambar 3: Grafik hasil pendapatan peserta pelatihan**

### **Pendapatan Peserta Pelatihan dari Usaha yang Digeluti per Bulan**

Berdasarkan data pendapatan peserta pelatihan dari usaha yang digeluti per bulan, dapat disusun narasi sebagai berikut:

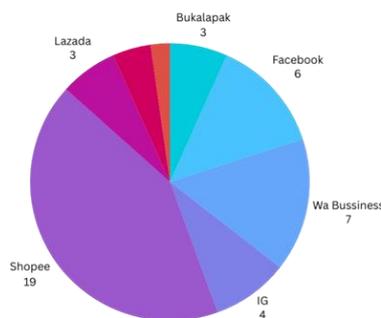
- a. Kategori Pendapatan Rendah (< 1.000.000):** Sebanyak 5 peserta pelatihan melaporkan bahwa pendapatan dari usaha mereka setiap bulan berada dalam kategori kurang dari 1.000.000. Meskipun berada pada kategori rendah, ini dapat mencerminkan upaya dan dorongan untuk terlibat dalam pelatihan demi meningkatkan potensi pendapatan mereka.
- b. Kategori Pendapatan Menengah (1.000.000 - 3.000.000):** Sebanyak 8 peserta melaporkan pendapatan usaha mereka berada dalam kisaran 1.000.000 hingga 3.000.000 per bulan. Ini menunjukkan adanya sejumlah peserta yang telah mencapai tingkat pendapatan yang lebih stabil dan dapat dianggap sebagai langkah positif dalam pengembangan usaha.

c. Kategori Pendapatan Menengah Tinggi (3.000.000 - 5.000.000): Jumlah peserta dengan pendapatan antara 3.000.000 hingga 5.000.000 adalah sebanyak 8 orang. Ini mencerminkan potensi pengembangan usaha yang lebih lanjut, serta indikasi bahwa sebagian peserta telah berhasil mencapai pendapatan yang lebih signifikan.

d. Pendapatan Tinggi (> 5.000.000): Hanya 1 peserta yang melaporkan pendapatan usaha mereka melebihi 5.000.000 per bulan. Ini mungkin menunjukkan adanya keberhasilan yang signifikan dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka.

e. Tidak Menentu dan Tidak Menjawab: Terdapat 4 peserta yang menyatakan pendapatan mereka tidak tentu, dan 11 peserta lainnya tidak memberikan jawaban terkait pendapatan. Hal ini bisa disebabkan oleh fluktuasi pendapatan yang tidak dapat diprediksi atau ketidakpastian terkait pertanyaan tersebut.

Dari Data tersebut memberikan gambaran variasi pendapatan peserta pelatihan di Nagari Bukit Batabuah. Meskipun ada yang masih berada pada kategori pendapatan rendah, namun ada indikasi positif dengan adanya peserta yang mencapai kategori pendapatan menengah dan menengah tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diterima mungkin akan memberikan dampak positif pada perkembangan dan peningkatan pendapatan usaha mereka.



**Gambar 4: Bagan peserta berdasarkan aplikasi E Commerce yang ingin dipelajari**

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Shopee menjadi pilihan utama peserta pelatihan di Nagari Bukit Batabuah dalam konteks media E-Commerce. WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram juga menjadi pilihan yang signifikan, menunjukkan kesadaran akan pentingnya pemasaran digital melalui berbagai platform untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis online. Diversifikasi dalam memilih media E-Commerce dapat menjadi strategi yang cerdas untuk mencapai target pasar yang lebih luas.

Sesi pertama pelatihan fokus pada pentingnya mengenali model bisnis yang digeluti

dan strategi dalam menjalankan usaha. Tim pengabdian menyampaikan materi terkait strategi pembuatan E Commerce dan konten yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Menciptakan desain yang menarik diangkat sebagai topik utama dalam sesi pertama, dijelaskan bahwa desain media yang menarik dapat menjadi faktor kunci dalam memperkuat brand dan bersaing di pasar yang semakin ketat.

Sesi kedua pelatihan membahas cara membuat konten promosi yang mudah diingat oleh pelanggan. Peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya mengikuti tren yang sedang berlangsung di mesin pencari Google untuk menciptakan konten yang relevan. Konten yang telah dibuat kemudian dibahas langkah selanjutnya dalam sesi kedua, yaitu distribusi. Tim pengabdian memberikan panduan tentang pentingnya mendistribusikan konten secara efektif melalui berbagai platform, seperti sosial media, website, blog, dan channel promosi lainnya.

Praktik menggunakan aplikasi Canva untuk membuat flyer dan poster memberikan kesempatan bagi peserta untuk meningkatkan keterampilan teknis mereka dalam mengelola konten visual. Pelatihan selanjutnya membahas pentingnya memahami tren yang sedang berlangsung di mesin pencari Google untuk menciptakan konten yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Peserta didorong untuk menjadikan pemahaman tentang tren sebagai dasar dalam membuat konten promosi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka.



**Gambar 5: Peserta pelatihan serius mengikuti materi yang diberikan**

Pelatihan sesi ketiga memfokuskan pada strategi mendistribusikan produk agar mencapai pelanggan dan memperluas pemasaran secara online. Pentingnya memahami pola distribusi sebagai faktor kunci dalam meningkatkan penjualan ditekankan dalam sesi ini. Untuk melengkapi pemahaman tentang distribusi produk, peserta diajak untuk memahami bahwa distribusi barang menjadi faktor penting dalam aktivitas bisnis, dan mengetahui pola distribusi dapat meningkatkan penjualan secara signifikan.

Sesuai dengan langkah-langkah distribusi, pelatihan berlanjut dengan pembahasan pemasaran online pada sesi ketiga. Tim pengabdian memberikan wawasan terkait fasilitas-fasilitas seperti Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan WhatsApp (WA) yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran online.

Langkah selanjutnya setelah distribusi dan pemasaran online adalah meningkatkan penjualan. Peserta diajarkan untuk memahami bahwa pemasaran online bukan hanya tentang keberadaan di platform tersebut, tetapi juga tentang bagaimana memanfaatkannya secara optimal. Sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan, team PKM membagi peserta berdasarkan E Commerce yang ingin digeluti. Selanjutnya membagi peserta berdasarkan keinginan untuk mendalami Shoope, WA Bussiness dan Facebook market place. Setelah membagi peserta berdasarkan E Commerce yang ingin dikuasai, team PKM meminta kepada peserta untuk membuka aplikasi tersebut dan mempraktekan langsung pembuatan akun dari pembuatan profil sampai dengan pembuatan item produk yang dijual.

## DISKUSI

Pelatihan ini menekankan pentingnya konsistensi dalam mendistribusikan konten dan produk. Peserta diajak untuk menjaga rutinitas dalam mendistribusikan konten dan barang melalui berbagai platform guna meningkatkan visibilitas bisnis dan mendapatkan lebih banyak pelanggan.



**Gambar 6: Team PKM Memaparkan materi di dekan mitra**

Kesempatan praktek membuat konten dan distribusi produk memberikan peserta pemahaman langsung tentang aplikasi dari materi yang telah disampaikan. Ini menjadi momen untuk menerapkan konsep-konsep pemasaran yang telah dipelajari. Dalam diskusi antara pemateri dan peserta, tercipta ruang untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan. Diskusi

membuka peluang untuk mendalaminya serta mencari solusi bersama atas permasalahan yang dihadapi pelaku usaha UMKM.

Pembahasan konten promosi juga mencakup langkah-langkah distribusi. Peserta diajak untuk memahami betapa pentingnya mendistribusikan konten secara efektif untuk meraih lebih banyak audiens dan potensial pelanggan. Pelatihan mengenai distribusi produk membuka wawasan terkait pola-pola distribusi yang dapat meningkatkan penjualan. Peserta diajak untuk memahami bahwa strategi distribusi dapat menjadi kunci sukses dalam bisnis mereka. Langkah-langkah selanjutnya setelah distribusi adalah pembahasan pemasaran online. Peserta diberikan panduan terkait pemanfaatan berbagai fasilitas online, seperti Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan WhatsApp (WA) sebagai alat pemasaran.



**Gambar 7: Team PKM Bersama mitra UMKM di Bukit Batabuah, Agam**

Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan cara memanfaatkan media sosial dan platform pemasaran online untuk meningkatkan visibilitas bisnis mereka dan meraih lebih banyak pelanggan. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan pemahaman mendalam dan praktis kepada pelaku usaha UMKM di Nagari Bukit Batabuah, sehingga mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan memanfaatkan potensi penuh dari media online untuk pertumbuhan bisnis mereka.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada tanggal 02 Desember 2024 di Nagari Bukit Batabuah, Kecamatan Candung Koto Laweh, melibatkan 37 peserta dengan tujuan memberikan pelatihan kepada pelaku usaha UMKM di wilayah tersebut. Sebelum pelatihan dilaksanakan, tim pengabdian masyarakat memberikan kuesioner kepada peserta pelatihan untuk melakukan analisis kebutuhan. Tujuan dari strategi ini adalah agar tim pelaksana dapat memahami masalah yang dihadapi oleh mitra dan mengetahui kebutuhan utama mereka dalam mengatasi permasalahan tersebut. Data yang diperoleh dari kuesioner mencakup informasi

mengenai jumlah peserta yang sudah memiliki usaha, jenis usaha yang digeluti, dan pendapatan bulanan dari usaha masing-masing peserta.

Hasil survey menunjukkan bahwa dari total 37 peserta pelatihan, sebanyak 33 orang sudah memiliki usaha, terlibat dalam berbagai sektor usaha seperti pembuatan bantal, produksi gula merah, produk handmade, jamur tiram, jasa tata rias, penjualan online, konveksi, bisnis kopu, makanan dan minuman, pakaian, penjualan pulsa, sembako, hingga budidaya strawberry. Sedangkan 4 orang peserta belum memiliki usaha, memberikan peluang untuk memberikan dukungan dan pelatihan lebih lanjut agar mereka dapat memulai usaha mereka sendiri di masa depan. Hasil survey ini memberikan gambaran yang beragam mengenai jenis usaha yang dimiliki peserta pelatihan di Nagari Bukit Batabuah.

Dalam konteks pemasaran digital, Shopee menjadi pilihan utama peserta pelatihan di Nagari Bukit Batabuah. WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram juga menjadi pilihan signifikan, menunjukkan kesadaran akan pentingnya pemasaran digital melalui berbagai platform. Maka Team PKM memberikan praktek dalam pembuatan Shopee, Facebook marketplace dan Whatsapp Bussines. Pelatihan ini memberikan pemahaman mendalam dan praktis kepada pelaku usaha UMKM di Nagari Bukit Batabuah, sehingga mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan memanfaatkan potensi penuh dari media online untuk pertumbuhan bisnis mereka. Pelatihan ini mencakup aspek mengenali usaha, pemasaran online, dan strategi meningkatkan penjualan, memberikan peserta keterampilan dan pengetahuan yang dapat diterapkan secara langsung dalam mengelola usaha mereka.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Terima kasih kepada Wali Nagari Bukit Batabuah, Nyiak Wali Firdaus yang telah memfasilitasi masyarakat nagari untuk belajar dan meningkatkan kemampuan dalam penguasaan Teknologi, terutama di bidang Ekonomi. Selanjutnya kepada seluruh peserta pelatihan yang mau untuk mengikuti materi, dari awal hingga akhir. Semoga bisnis yang digeluti berkembang dan mampu bersaing di kancah regional maupun nasional

## DAFTAR REFERENSI

- Arianto, B. (2022). Peran Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Kota Serang Banten. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 6(2), 130–145. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM/article/view/19025>
- Febriantoro, W. (2016). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-. *Manajerial*, 3(5), 184–207.
- Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika Upgris*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.26877/jiu.v2i1.1067>
- Kader, M. A. (2018). Peran Ukm Dan Koperasi Dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Di Indonesia. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 15–32. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.995>
- Novitasari, A. T. (2022). Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi. Deepublish.
- Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Putrie, R. A., Arifuddin, A., & Ni'amah, M. (2023). PENGEMBANGAN PROGRAM PELATIHAN KETERAMPILAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN LOKAL. 4(4), 7554–7560.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2015). Analisis Dampak Pembiayaan Dana Bergulir KUR (Kredit Usaha Rakyat) Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 22(1), 11–25.
- Wiriany, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 242–252. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i2.8821>