



PELATIHAN *E-MARKETING* KELOMPOK EKS PEKERJA MIGRAN “MEKAR HARUM LESTARI” DI DESA BOGANGIN KECAMATAN SUMPIUH

Atiek Sri Purwati¹, M.Si, Bambang², Supadi³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRAK

Pelatihan *E-Marketing* ini mempunyai tujuan agar Eks pekerja Migran serta masyarakat di Desa Bogangin adalah dapat menerapkan metode pemasaran melalui *E-Marketing* sebagai upaya meningkatkan pangsa pasar produk olahan yang ada di Desa Bogangin Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas khususnya anggota kelompok usaha Kripik Lokdes “Desmigratif”. Pelatihan *E-Marketing* diharapkan mampu meningkatkan keahlian masyarakat dalam menggunakan pemasaran berbasis *E-Marketing* melalui berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram, Shopee, dan aplikasi lainnya yang dapat membantu dalam pelaksanaan *E-Marketing*. Metode pendekatan yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan mitra melalui program yang telah disepakati bersama yaitu dengan metode pelatihan, dan metode pendampingan. Indikator dalam melihat pencapaian tujuan dilakukan melalui rancangan evaluasi dengan membandingkan tingkat pengetahuan dan kemampuan serta kinerja produksi dan pemasaran mitra sebelum dan sesudah program penerapan IPTEKS. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa terdapat kenaikan yang positif antara rata-rata nilai pre-test dan post-test yaitu sebelum mitra mendapatkan pelatihan dan setelah mitra mendapatkan pelatihan, kenaikan tersebut yaitu sebesar 4.6 point. Selain itu, terdapat perkembangan penggunaan *E-Marketing* mitra yang tadinya hanya sebatas menggunakan Whatsapp dan Facebook, menjadi bertambah dengan menggunakan Whatsapp Bussines, Facebook, Instagram, Tiktok, dan Shopee. Hal tersebut tentunya berdampak pada hasil penjualan mitra yang mengalami kenaikan yaitu sebesar 3,23 kg.

Kata Kunci: *Pelatihan E-Marketing, Kelompok eks pekerja migran, desa bogangin.*

ABSTRACT

This E-Marketing training has the aim that ex-migrant workers and the community in Bogangin Village are able to apply marketing methods through E-Marketing as an effort to increase the market share of processed products in Bogangin Village, Sumpiuh District, Banyumas Regency, especially members of the Kripik Lokdes business group "Desmigratif". E-Marketing training is expected to be able to improve community skills in using E-Marketing-based marketing through various social media such as Facebook, Instagram, Shopee, and other applications that can assist in the implementation of E-Marketing. The approach method used to solve partner problems is through programs that have been mutually agreed upon, namely training methods, and mentoring methods. Indicators in seeing the achievement of goals are carried out through an evaluation design by comparing the level of knowledge and abilities as well as the production and marketing performance of partners before and after the implementation of the science and technology program. The results of the service show that there is a positive increase between the average pre-test and post-test scores, namely before partners receive training and after partners receive training, the increase is 4.6 points. In addition, there has been a development in the use of partner E-Marketing, which was previously only limited to using Whatsapp and Facebook, which has increased by using Whatsapp Bussines, Facebook, Instagram, Tiktok, and Shopee. This certainly has an impact on partner sales, which increased by 3.23 kg.

Keywords: *E-Marketing training, ex-migrant worker group, bogangin village.*



PENDAHULUAN

Lokasi diadakannya program pengabdian penerapan IPTEKS ini bertempat di Desa Bogangin Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. Di Desa Bogangin ada suatu program yaitu Desa Migran Produktif (Desmigratif) yang merupakan satu program unggulan dari Kementerian Ketenagakerjaan yang terdiri atas seperangkat kegiatan dan dilaksanakan secara terpadu antara Kemnaker serta seluruh kementerian dan lembaga serta pemerintahan desa. Desmigratif merupakan terobosan Kemnaker dalam memberdayakan, meningkatkan perlindungan dan pelayanan terhadap pekerja migran, calon pekerja migran, eks pekerja migran dan tentu saja keluarganya. Sejak tahun 2016 hingga tahun 2019 Kementerian Ketenagakerjaan telah membangun sebanyak 402 desa yang ditetapkan sebagai Desmigratif. Salah satu program dari Desmigratif yaitu adanya Tenaga Kerja Mandiri (TKM) yaitu kumpulan eks pekerja migran yang dikelompokkan dengan tujuan untuk mengembangkan dan memperluas kesempatan kerja, serta menciptakan wirausahawan. Eks pekerja migran yang tergabung dalam TKM Desmigratif dapat menciptakan usaha baru untuk meningkatkan perekonomiannya, salah satunya dengan membentuk UMKM.

Undang-Undang No. 20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyatakan bahwa UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara secara signifikan, selain ditunjang oleh industri skala besar. Selain itu, UMKM memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) yang meningkat dalam lima tahun terakhir. Berdasarkan data sensus ekonomi tahun 2016, kontribusi UMKM mencapai 60,34% terhadap PDB Nasional dengan daya serap tenaga kerja mencapai 97% dari seluruh tenaga kerja Indonesia (Departemen Koperasi, 2019). Jumlah UMKM pada tahun 2017 mencapai 62,9 juta yang tersebar di seluruh Indonesia (Kemenkop RI, 2017). Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi yang besar bagi kemajuan perekonomian Indonesia khususnya di era perkembangan teknologi dan informasi seperti sekarang ini.

Pesatnya perkembangan teknologi di era industri 4.0 memberikan efek yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan saat ini. Berbagai kegiatan bisnis berskala kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan tersebut untuk menunjang keberlangsungan usahanya. Kegiatan bisnis yang menjadi salah satu kekuatan ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM). Perkembangan teknologi digital mempunyai peran penting untuk memfasilitasi pengembangan UMKM di Indonesia, seperti dengan pemanfaatan teknologi digital yang optimal, UMKM dapat membangun usahanya dan meraih keuntungan yang besar salah satunya dengan memperluas jangkauan usaha (Krisnawati, 2018). UMKM dapat memaksimalkan perannya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut seperti dengan menggunakan sosial media maupun platform pemasaran untuk memasarkan produk hasil UMKM serta membuat beragam konten yang menarik untuk kepentingan pemasaran secara elektronik (E-Marketing).

E-Marketing merupakan bentuk usaha dari perusahaan untuk memasarkan produk dan jasanya serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui media internet. Bentuk pemasaran ini pada dasarnya merupakan situs publik yang sangat besar di jaringan komputer dengan berbagai tipe yang berbeda dan berasal dari berbagai negara di seluruh dunia yang satu dengan yang lainnya ke dalam suatu wadah informasi yang sangat besar (Kotler dan Armstrong, 2012). E-Marketing juga dapat didefinisikan sebagai proses membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan melalui

aktifitas secara online untuk memfasilitasi pertukaran ide-ide, produk, dan layanan yang dapat memuaskan tujuan dari kedua belah pihak. Sebuah hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan penggunaan pemasaran online mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan e-marketing, dimana dapat kemudahan pelaku usaha dalam melakukan kegiatan perdagangan, efisiensi waktu, serta membantu meningkatkan omset dan perluasan usaha (Harto et al., 2019).

Melihat dari segi peluang dan manfaat perkembangan teknologi serta keberadaan dan peran penting UMKM yang dapat disinergikan dengan program desmigratif yang telah digagas oleh pemerintah, maka tim pengabdian tertarik untuk mencoba menelaah dan menganalisis keberadaan UMKM Tenaga Kerja Mandiri (TKM) Desmigratif yang berada di Desa Bogangin, Kecamatan Sumpiuh, Kabupaten Banyumas. Kecamatan Sumpiuh merupakan wilayah kecamatan yang tergolong relatif tertinggal namun memiliki potensi sumber daya dan ekonomi yang cukup banyak. Potensi ekonomi ini dapat dilihat dari banyaknya produk yang dihasilkan dari kegiatan ekonomi masyarakat, seperti produk hasil kegiatan wirausaha, pertanian maupun peternakan. Khususnya Desa Bogangin yang mempunyai potensi tinggi sebagai desa untuk mengembangkan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dengan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang berlimpah yaitu adanya Tenaga Kerja Mandiri (TKM) Desmigratif.

Berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan oleh tim pengabdian penerapan IPTEKS dari berbagai sumber diketahui bahwa Desa Bogangin pertama kali diresmikan sebagai Desa Migran Produktif (Desmigratif) yaitu pada bulan November tahun 2019 oleh pemerintah desa atas persetujuan pemerintah pusat yaitu Kemnaker. Salah satu program adanya Desa Migran Produktif yaitu dibentuknya Tenaga Kerja Mandiri (TKM) yang merupakan kumpulan eks pekerja migran yang dikelompokkan dengan tujuan untuk mengembangkan dan memperluas kesempatan kerja, serta menciptakan wirausahawan. TKM Desmigratif Desa Bogangin memiliki nama "Mekar Harum Lestari" yang tepatnya berada di RT 02 / RW 06 Desa Bogangin, Kecamatan Sumpiuh, Kabupaten Banyumas.

TKM Desmigratif "Mekar Harum Lestari" sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat ini termasuk ke dalam jenis UMKM yang dikelola secara kelompok yaitu berjumlah 7 orang yang diketuai oleh Eka Mulyaningsih dan memiliki 6 anggota, di antaranya yaitu Tri Susmiasih, Wahyuningsih, Lili Susiana, Uswatun Khasanah, Sarniatun, dan Susmiati. Produk yang dihasilkan oleh mitra salah satunya yaitu kripik lokdes. Kripik lokdes merupakan makanan ringan yang terbuat dari bahan baku singkong yang dipotong kecil-kecil menyerupai kubus.

Gambar 1. Foto Produk TKM Desmigratif "Mekar Harum Lestari"



Sumber: Dokumentasi Pribadi



Metode pemasaran yang dilakukan untuk mempromosikan kripik lokdes hasil olahan UMKM Desmigratif “Mekar Harum Lestari” tergolong masih belum efektif. Hal ini disebabkan karena mereka belum memanfaatkan sosial media secara optimal untuk memasarkan dan mempromosikan produk mereka, sehingga hasil penjualannya juga masih rendah. Oleh karena itu, mitra sangat mengharapkan solusi atas permasalahan yang ada, yaitu berkaitan dengan pemanfaatan sosial media untuk meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran. Melalui pemasaran elektronik, dapat memberikan dampak secara positif terhadap keberlangsungan usaha seperti semakin luasnya jaringan pemasaran dan meningkatnya omzet penjualan.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini sangat perlu dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan usaha mitra. Sehingga mitra dapat mengembangkan usahanya dan menjadi bagian penggerak perekonomian khususnya di Desa Bogangin Kecamatan Sumpiuh.

METODE DAN PELAKSANAAN

Solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian untuk mengatasi permasalahan mitra dan target luaran kegiatan pengabdian ini antara lain dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan tentang metode pemasaran berbasis E-Marketing untuk memasarkan produk olahan desa terutama anggota kelompok usaha Kripik Lokdes “Desmigratif” Desa Bogangin. Kegiatan ini sangatlah penting bagi masyarakat untuk memacu berbagai aktivitas perekonomian yang ada di Desa Bogangin.

Program pengabdian penerapan IPTEKS ini menyarankan adanya pelatihan pembuatan akun sosial media, penggunaan sosial media, teknik copywriting, dan pembuatan konten. Hal ini diperlukan agar Eks pekerja Migran memiliki pengetahuan dan kemampuan terkait E-Marketing. Kemudian kelompok ini secara berkelanjutan mendapatkan pendampingan terkait pelatihan yang akan dilakukan. Realisasi solusi pemecahan masalah yang dilaksanakan oleh tim pengabdian terhadap kelompok usaha “Desmigratif” Desa Bogangin yaitu:

- 1) Pelatihan pemasaran berbasis e-marketing

Pelatihan yang dilaksanakan berupa penyampaian gambaran umum dan langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menerapkan e-marketing dalam usaha mitra. Kegiatan pelatihan, dilanjutkan dengan praktik secara langsung langkah-langkah yang sudah dijelaskan sebelumnya. Praktik e-marketing pada kelompok usaha “Desmigratif” Desa Bogangin yaitu terdiri dari pembuatan akun sosial media dan e-commerce.

- 2) Pelatihan pembuatan konten iklan online

Pelatihan pembuatan konten iklan secara online dilakukan sebagai lanjutan dari pelatihan e-marketing, dimana para anggota kelompok usaha “Desmigratif” Desa Bogangin diajarkan bagaimana cara mengambil konten dalam bentuk gambar (foto) dan video produk yang benar dan menarik. Peserta pelatihan juga diajarkan bagaimana mempercantik gambar dan video produk dengan menggunakan langkah-langkah editing.

- 3) Pelatihan manajemen keuangan digital

Pelatihan manajemen keuangan secara digital merupakan kegiatan tambahan berdasarkan kesepakatan tim pengabdian dengan mitra (kelompok usaha “Desmigratif” Desa Bogangin).

- 4) Pendampingan kegiatan

Pendampingan kegiatan dilaksanakan setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai. Hal tersebut bertujuan agar tim pengabdian dapat melihat perkembangan mitra secara langsung sebelum dan sesudah dilaksanakan pelatihan terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang Dicapai

Kegiatan Pelatihan *e-marketing* pada kelompok eks pekerja migran “Mekar Harum Lestari” Desa Bogangin, Kecamatan Sumpiuh diikuti oleh 15 orang anggota kelompok usaha. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara luring di tempat usaha tepatnya di Desa Bogangin, Kecamatan Sumpiuh. Sebelum pelaksanaan pelatihan, tim pengabdian telah melaksanakan koordinasi dan sosialisasi kegiatan dengan mitra. Setelah proses koordinasi dan sosialisasi, tim pengabdian mendapatkan beberapa hal yang dijadikan pertimbangan dalam pelaksanaan pelatihan, yaitu dengan ditambahkannya pelatihan manajemen keuangan secara digital pada kelompok usaha “Mekar Harum Lestari”. Kegiatan pelatihan juga diawali dengan pengisian pre-test yaitu untuk mengukur kemampuan awal mitra sebelum mengikuti kegiatan pelatihan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 05 September 2022 yang meliputi beberapa rangkaian pelatihan, yaitu:

1) Pelatihan pembuatan akun sosial media dan *e-commerce*

Pelatihan yang dilaksanakan yaitu dengan mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mitra tentang langkah-langkah membuat akun sosial media dan *e-commerce* untuk kepentingan usaha (pemasaran digital). Selain itu, mitra juga diberikan pengarahan tentang bagaimana penggunaan dan pengelolaan akun sosial media dan *e-commerce* yang sudah dibuat agar dapat menunjang kegiatan usaha mitra. Sosial media yang digunakan yaitu WhatsApp Business dan Tiktok, serta *e-commerce* yang digunakan yaitu Shopee. Berikut ini beberapa hasil kegiatan pelatihan pembuatan akun sosial media dan *e-commerce* Gambar 2. Berikut:

Gambar 2. Foto Pelatihan Pembuatan Akun Sosial Media dan *E-Commerce*



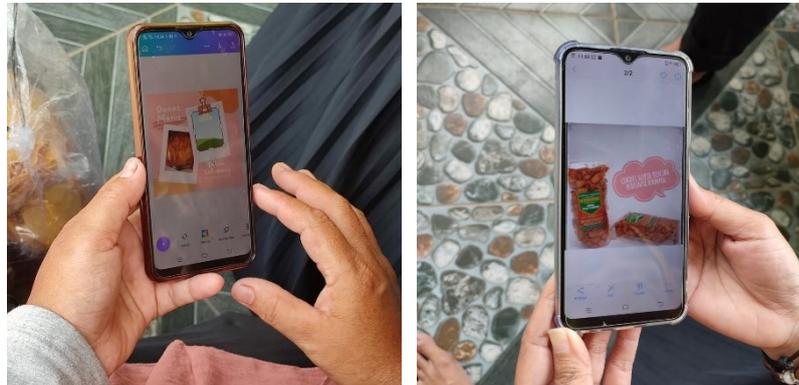
Sumber : Dokumentasi pribadi

2) Pelatihan pembuatan konten sosial media dan *copywriting*

Pelatihan ini merupakan kelanjutan dari pelatihan sebelumnya, dimana penggunaan sosial media dan *e-commerce* untuk pemasaran digital harus didukung dengan isi atau konten yang menarik. Konten dalam pelatihan ini yaitu berupa foto dan video terkait dengan produk mitra (keripik dan opak). Mitra diberikan pengetahuan dan praktik tentang tata cara mengambil gambar dan video yang benar agar kualitas gambar bagus dan produk terlihat menarik. Hasil foto dan video yang sudah diambil, kemudian melalui tahap editing agar memperoleh hasil

yang lebih maksimal lagi. Selain itu, mitra juga diberikan pengetahuan dan praktik tentang tata cara pemilihan kata ataupun kalimat sebagai *caption* postingan iklan nantinya. Berikut ini beberapa hasil kegiatan pelatihan pembuatan konten sosial media dan *copywriting* pada Gambar 3. yaitu:

Gambar 3. Foto Pelatihan Pembuatan Konten dan *Copywriting*



Sumber : Dokumentasi pribadi

3) Pelatihan manajemen keuangan secara digital

Pelatihan ini dilaksanakan dengan dasaran terdapat permasalahan lain yang dialami oleh mitra yaitu dalam hal pengelolaan keuangan usaha, sehingga tim pengabdian melakukan pelatihan tambahan dengan memberikan pengetahuan dan praktik kepada mitra tentang manajemen keuangan secara digital. Pengetahuan diberikan secara umum berkaitan dengan konsep manajemen keuangan, macam-macam akun dan bentuk transaksi, serta macam-macam laporan keuangan sederhana. Sedangkan praktik diberikan dengan memanfaatkan penggunaan aplikasi akuntansi UMKM untuk melakukan pencatatan keuangan usaha secara sederhana. Berikut ini beberapa hasil kegiatan pelatihan manajemen keuangan secara digital pada Gambar 4. yaitu:

Gambar 4. Foto Pelatihan Manajemen Keuangan Secara Digital



Sumber: Dokumentasi pribadi

4) Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan setelah serangkaian kegiatan pelatihan dilaksanakan baik secara daring (jarak jauh) maupun secara luring (langsung ke tempat usaha mitra). Pendampingan secara daring dilaksanakan secara fleksibel antara tim pengabdian dengan mitra,



tanpa ada batasan waktu tertentu. Sedangkan pendampingan secara luring sudah dilaksanakan selama satu kali untuk melihat secara langsung penerapan pengetahuan dan pelatihan yang sudah diberikan sebelumnya, serta untuk mengamati bagaimana dampak dari kegiatan tersebut.

Pembahasan

Beberapa rangkaian kegiatan pengabdian telah dilaksanakan, khususnya kegiatan pelatihan. Tim pengabdian melakukan kegiatan evaluasi yang diukur melalui beberapa unsur yang menjadi indikator keberhasilan kegiatan pengabdian penerapan IPTEKS yaitu menggunakan instrumen pre-test dan post-test. Pre-test diberikan sebelum mitra memperoleh pelatihan-pelatihan dalam pengabdian masyarakat ini, sedangkan post-test diberikan setelah serangkaian kegiatan pelatihan dilaksanakan. Berikut ini perbandingan hasil pre-test dan post-test kegiatan pengabdian penerapan IPTEKS pada kelompok usaha “Mekar Harum Lestari”, yaitu:

Tabel 2. Deskripsi Hasil Pre-Test dan Post-Test

Statistik	Pre-test	Post-test
N	15	15
Mean	7.6	12.2
Nilai Minimum	5	9
Nilai Maximum	11	15
Varians	3.685	4.457

Sumber: Hasil olah data penelitian

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil pre-test dan post-test diperoleh nilai rata-rata atau mean pada pre-test yaitu 7.6 dan post-test yaitu 12.2. Nilai tersebut menunjukkan terdapat kenaikan rata-rata pemerolehan hasil sebesar 4.6 point. Tabel di atas juga menunjukkan nilai minimum dan maksimum pre-test dan post-test yaitu nilai minimum pre-test sebesar 5 dan nilai minimum post-test sebesar 9, dimana menunjukkan kenaikan sebesar 4 point. Nilai maksimum pre-test sebesar 11 dan nilai maksimum post-test sebesar 15, dimana menunjukkan kenaikan sebesar 4 point. Dengan demikian, terdapat kenaikan yang positif dalam hal pengetahuan dan ketrampilan mitra terkait dengan penggunaan *e-marketing* pada usaha mereka.

Peserta pelatihan sebagai mitra pengabdian penerapan IPTEKS juga memiliki semangat yang tinggi dalam mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir, sehingga kegiatan pelatihan dapat dilaksanakan dengan lancar dan tidak ada suatu kendala yang berarti. Semangat dan keaktifan peserta tersebut dapat dilihat dari partisipasi peserta dalam tanya jawab dengan narasumber, diskusi, serta mengikuti langkah-langkah praktik. Sehingga pengetahuan dan ketampilan yang telah didapatkan dapat diterapkan secara baik dalam menjalankan usahanya. Berikut ini perbandingan kuantitatif kinerja produksi dan pemasaran mitra sebelum dan sesudah dilaksanakannya pengabdian yang mencakup efektivitas penggunaan *E-Marketing* sebelum dan sesudah dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat sasaran.

Tabel 3. Data Kuantitatif Kinerja Produksi dan Pemasaran Mitra

No.	Komponen	Sebelum	Sesudah
1.	Kinerja SDM	70%	90%



2.	Penggunaan <i>E-Marketing</i>	Whatsapp dan Facebook	Whatsapp Bussines, Facebook, Instagram, Tiktok, dan Shopee
3.	Rata-Rata Penjualan/Minggu	24,93 kg	28,16 kg

Sumber: Hasil olah data penelitian

Berdasarkan Tabel 2. di atas dapat dilihat bahwa terdapat kenaikan sebesar 20% dari total pelaku usaha di kelompok usaha “Mekar Harum Lestari” yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan usaha baik produksi maupun non produksi. Penggunaan *E-Marketing* mitra mengalami perkembangan yang tadinya hanya sebatas menggunakan Whatsapp dan Facebook, sekarang sudah bertambah dengan menggunakan Whatsapp Bussines, Facebook, Instagram, Tiktok, dan Shopee. Hal tersebut tentunya berdampak pada hasil penjualan mitra yang mengalami kenaikan yaitu sebesar 3,23 kg.

KESIMPULAN

Setelah melakukan pengabdian penerapan IPTEKS melalui pelatihan e-marketing kelompok eks pekerja migran “Mekar Harum Lestari” di Desa Bogangin Kecamatan Sumpiuh, peneliti ingin menarik beberapa kesimpulan. Berdasarkan hasil pengabdian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Terdapat kenaikan yang positif antara rata-rata nilai pre-test dan post-test yaitu sebelum mitra mendapatkan pelatihan dan setelah mitra mendapatkan pelatihan, kenaikan tersebut yaitu sebesar 4.6 point. Dengan demikian, terdapat kenaikan yang positif dalam hal pengetahuan dan ketrampilan mitra terkait dengan penggunaan e-marketing pada usaha mereka.
- 2) Terdapat perkembangan penggunaan E-Marketing mitra yang tadinya hanya sebatas menggunakan Whatsapp dan Facebook, menjadi bertambah dengan menggunakan Whatsapp Bussines, Facebook, Instagram, Tiktok, dan Shopee. Hal tersebut tentunya berdampak pada hasil penjualan mitra yang mengalami kenaikan yaitu sebesar 3,23 kg.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada kepada LPPM yang telah memberikan hibah dana penelitian dan kepada semua pihak yang telah membantu.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen koperasi. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2019 (Data sensus ekonomi 2016)
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2017 (Jumlah UMKM di Indonesia)
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong 2012. *Principles Of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education
- 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. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3033>
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1).



<https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.175>

Purnomo, N. (2021). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 376–381.
<https://doi.org/10.22437/jkam.v4i3.11307>

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan menengah)