

UMKM Terhubung Platform Teknologi Digitalisasi Dapat Bertahan Terhadap Dampak Pandemic Covid-19 di Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur

Edward Baringin Oloan Sihite¹, Eva Magdalena Silalahi², Judo Ignatius Nempung³

^{1,2,3}Prodi Teknik Elektro FT Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia
E-mail: edwardsihite@uki.ac.id; eva.silalahi@uki.ac.id; judo.nempung@uki.ac.id

Abstrak

Kegiatan PKM telah dilakukan tentang UMKM terhubung platform teknologi digitalisasi dapat bertahan terhadap dampak pandemic covid-19 di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Tujuan PKM ini dilakukan untuk menarasikan UMKM yang tumbuh terhubung ke platform digitalisasi. Ide kejadian tersebut membangkitkan UMKM memanfaatkan platform teknologi digitalisasi jadi solusi ditengah pandemic covid-19 pada kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Metoda pelaksanaan PKM dilakukan berlokasi di daerah kecamatan Keramat Jati tempat pelaku UMKM berdagang. Peserta pelaku UMKM yang terpilih dibina untuk digitalisasi usaha seperti pembangunan aplikasi teknologi digitalisasi dan pembayaran transaksi digitalisasi. Instrumen yang digunakan adalah aplikasi website, pembayaran digitalisasi, dan aplikasi social media. Hasilnya dilakukan upaya dalam meningkatkan trafik pelanggan UMKM melalui promosi online di sosial media (FB dan IG) atau melalui Google dan platform pemasaran e-commerce. Upaya promosi telah dilakukan untuk menjangring calon pelanggan dan mengenalkan usaha UMKM tersebut kepada masyarakat luas secara online. Kesimpulan terbukti UMKM yang tumbuh terhubung ke platform digitalisasi ternyata tidak semua pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terkena dampak pandemic covid-19. UMKM yang berbisnis dengan memanfaatkan platform teknologi digitalisasi justru tumbuh signifikan.

Kata Kunci: UMKM; teknologi digitalisasi; aplikasi website; aplikasi social media.

Abstract

PKM activities have been carried out on UMKM connected to digitalization technology platforms that can withstand the impact of the COVID-19 pandemic in the Kramat Jati sub-district, East Jakarta. The purpose of this PKM is to narrate that UMKM that are growing connected to the digitalization platform. The idea of this incident raised UMKM using a digitalization technology platform as a solution in the midst of the COVID-19 pandemic in the Kramat Jati sub-district, East Jakarta. The PKM implementation method is carried out in the Keramat Jati sub-district where UMKM actors trade. The selected UMKM participants are fostered for business digitization, such as the development of digitalization technology applications and digitalization transaction payments. The instruments used are website applications, digitalization payments, and social media applications. As a result, efforts were made to increase UMKM customer traffic through online promotions on social media (FB and IG) or through Google and e-commerce marketing platforms. Promotional efforts have been made to attract potential customers and introduce the UMKM business to the wider community online. The conclusion proves that UMKM that grow are connected to the digitalization platform, it turns out that not all micro, small and medium enterprises (UMKM) are affected by the COVID-19 pandemic. UMKM that do business by utilizing the digitalization technology platform have actually grown significantly.

Keywords: *UMKM; digitalization technology; website applications; social media applications.*

PENDAHULUAN

1. Analisa Situasi

Definisi UMKM di beberapa Negara berdasarkan Bank Dunia dibagi kedalam tiga jenis. Jenis pertama medium enterprise dengan kriteria adalah aset hingga \$15 juta dan pendapatan setahun hingga sejumlah \$15 juta. Jenis kedua small enterprise dengan kriteria adalah aset \$3 juta dan pendapatan setahun tidak melebihi \$3 juta. Jenis ketiga micro enterprise dengan kriteria adalah aset tidak melebihi \$100 ribu dan pendapatan setahun tidak melebihi \$100 ribu.

Berdasarkan UU No. 20 tahun 2008, kriteria usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berdasarkan ukuran usaha. Jenis ukuran usaha menengah dengan kriteria adalah aset hingga sejumlah Rp 10 milyar dan pendapatan setahun tidak melebihi Rp 50 milyar. Jenis kedua ukuran usaha kecil dengan kriteria adalah aset hingga sejumlah Rp 500 juta dan pendapatan setahun tidak melebihi Rp 300 juta. Jenis ketiga ukuran usaha mikro dengan kriteria adalah aset Rp 50 juta dan pendapatan setahun tidak melebihi Rp 300 juta.

Isu teknologi digitalisasi terkait dengan dua hal yaitu kualitas produk dan kapasitas

produk. Untuk kualitas produk dan kapasitas produk, digitalisasi UMKM akan disesuaikan dengan level atau ukuran usahanya. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) 2020, Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bagi ekonomi di Indonesia berkontribusi terhadap 60% dari PDB. UMKM menjangkit 117 juta tenaga kerja. Jumlah UMKM berjumlah 64,2 juta unit usaha.

Berdasarkan gambar 1. dari sumber Statista 20 Maret 2020 dinarasikan pendapatan industry pariwisata tiga daerah besar. Seluruh Asia memiliki pasar yang bernilai 225.9 Milyar US\$. Pasar Eropa bernilai 212 milyar US\$. Pasar Amerika Utara memiliki pasar bernilai 181.8 M US\$ sebelum masa pandemic covid-19 atau tahun 2019. Bila dibandingkan dengan masa pandemic covid-19 atau tahun 2020 terlihat penurunan nilai pasar pendapatan industry pariwisata di Asia, Eropa dan Amerika Utara. Sebagai perbandingan bagi besaran ekonomi dinyatakan masa pandemic covid-19 menurunkan pendapatan industry wisata dunia. Masa pandemic covid-19 telah juga memperlambat pergerakan ekonomi dibidang industry yang lain. Juga untuk daerah kecamatan Kramat jati, Jakarta Timur, dampak pandemic covid-19

melemahkan kegiatan UMKM yang ada. Banyak UMKM dalam segi pendapatan menurun. Selama ini terdampak pandemic covid-19 ini adalah UMKM yang terkait kegiatan perkantoran, sekolah, industri. Karena WFH (work from home), usaha mereka terhenti, kebanyakan di sektor makanan dan minuman. Ada UMKM yang masih bisa berjualan namun omzetnya turun. Di luar itu, UMKM yang tumbuh terhubung ke platform digitalisasi ternyata tidak semua pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terkena dampak pandemic Covid-19. UMKM yang berbisnis dengan memanfaatkan teknologi digitalisasi justru tumbuh signifikan. Ide kejadian tersebut membangkitkan UMKM untuk memanfaatkan teknologi digitalisasi jadi solusi ditengah pandemic covid-19 pada kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur.



Gambar 1. Pendapatan Industri Parawisata Dunia.

Hal ini sejalan dengan hasil survei Tempo Data Science (TDS) tentang praktik e-

commerce di Indonesia periode Mei-Juli 2021. Menurut peneliti TDS, Ai Mulyani, untuk bisa bertahan dan berkembang, selama pandemi, sebagian besar (82%) UMKM berusaha mengoptimalkan aktivitas penjualan online melalui outlet mereka di platform e-commerce dan juga lapak di media sosial. "Tidak ada hambatan berarti bagi para penjual dalam pemanfaatan platform pemasaran online. Minimnya barriers to entry memberikan keuntungan optimum bagi para UMKM untuk memanfaatkan infrastruktur yang telah tersedia." Ucap Ai Mulyani. Survei ini juga menemukan fenomena bahwa ternyata penjual cenderung multi user, yakni memanfaatkan lebih dari satu platform di saat bersamaan. "Mereka beralasan penggunaan lebih banyak sarana e-commerce akan memaksimalkan jangkauan kepada lebih banyak target konsumen," kata Ai Mulyani.

Dukungan platform digital dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis dirasakan langsung CEO dan Founder Sovlo Indonesia, Lidya Valensia. Bisnisnya di bidang souvenir dan barang promosi perusahaan dan pernikahan terhenti pada Maret 2020 karena banyak acara kantor dan pernikahan yang dibatalkan. Setelah sempat kewalahan karena omzet turun drastis dan

memikirkan nasib para pekerja yang kehilangan penghasilan, Lidya bergerak cepat memanfaatkan platform e-commerce untuk memasarkan souvenir yang diproduksi. “Kami mulai akhir Mei dan pertengahan Juni 2021 sudah go online. Sambutannya sangat baik,” ujar Lidya.

<https://nasional.kontan.co.id/news/bisnis-umkm-dengan-platform-digital-mampu-bertahan-di-tengah-pandemi>

Langkah-langkah dilakukan dalam fase survival, fase recovery, dan fase digitalisasi. Langkah-langkah ini dimotori oleh Kementerian Koperasi dan UMKM. Seiring dengan kebijakan Kementerian Koperasi dan UMKM pada fase survival mendorong 98% pelaku usaha mikro dan ultra mikro masuk kelompok miskin baru dan mendapatkan bansos. Fase recovery mendorong belanja pemerintah diprioritaskan pada produk UMKM. Fase digitalisasi mendorong UMKM berinovasi dan beradaptasi dengan pasar baru. Fase digitalisasi ini memotori kenaikan belanja online selama pandemic. UMKM dihubungkan ke platform teknologi digitalisasi atau pasar online.

UMKM berdagang dalam arah yang baru seperti pada gambar 2. sumber Facebook, Bain & Company. Bisnis online Indonesia 2025 diprediksi tumbuh 3,7 kali lipat.

UMKM berbasis teknologi digitalisasi, layanan digitalisasi dan transaksi perdagangan digitalisasi. Momen yang langka ini tidak bisa ditunda untuk bangkit dari pandemic covid-19. UMKM merealisasikan solusi berdagang dalam arah yang baru.



Gambar 2. Pasar Online Indonesia 2025.

Berdasarkan uraian diatas dan setelah peninjauan kondisi UMKM yang mengalami kemunduran usahanya akibat dampak pandemic covid-19 dan juga perberlakuan PPKM di Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur, terutama UMKM belum memanfaatkan teknologi digitalisasi dalam pengembangan usahanya. Kami para dosen Program Studi Teknik Elektro melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “**Pemanfaatan Teknologi Digitalisasi Dalam Rangka Membantu UMKM Yang Mengalami Dampak Pandemic covid-19 di Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur**”, sebagai wujud kepedulian terhadap masyarakat

khususnya UMKM yang mengalami kemunduran akibat dampak pandemic covid-19 dan juga untuk menyalurkan minat serta bakat dalam mengamalkan profesionalisme disiplin ilmu di tengah masyarakat.

2. Perumusan Masalah

Mengacu kepada butir Analisis Situasi, maka permasalahan PKM mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Banyaknya UMKM di Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur mengalami kerugian/kemunduran akibat dampak pandemic covid-19 dan juga pemberlakuan PPKM di wilayah Jakarta Timur periode Juni-Agustus 2021.
2. Banyaknya UMKM di Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur belum mengetahui pemanfaatan serta penggunaan teknologi digitalisasi dalam pengembangan usahanya.

Target atau sasaran UMKM dalam pelaksanaan program PKM ini meliputi sebagai berikut:

1. UMKM yang usahanya telah lama berjalan, tidak pernah tutup atau ganti usaha, UMKM 'legendaris'

telah dikenal lama oleh masyarakat sekitarnya, tetapi belum melekat teknologi digitalisasi dalam menjalankan usahanya.

2. UMKM belum melekat teknologi digitalisasi tetapi yang tetap bertahan operasional usahanya, dan ingin naik ke tingkat yang lebih tinggi agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara online.

3. Tujuan PKM

Tujuan pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah :

1. Menyediakan aplikasi teknologi digitalisasi bagi UMKM guna mengembangkan dan menjalankan usahanya secara online dan offline dalam mengatasi dampak akibat pandemic covid-19. (Wijaya, H. D., M. Yusuf dan F. N. Iman 2020)
2. Dalam upaya meningkatkan pelanggan UMKM meskipun dalam masa pandemic covid-19 ataupun pada saat program PPKM berjalan di Jakarta, sehingga diharapkan UMKM mampu bertahan secara mandiri dalam

menghadapi masa pandemic saat ini. (Arianto, B. 2020)

3. Agar UMKM belum menguasai teknologi digitalisasi dapat terbantuan usahanya setelah memanfaatkan aplikasi dari teknologi digitalisasi ini.

Asumsi yang digunakan dalam pemanfaatan teknologi digitalisasi bagi UMKM ini adalah :

1. Banyaknya UMKM mengalami kesulitan dalam usahanya akibat dampak pandemi Covid-19, terutama UMKM yang masih menjalankan usahanya secara offline dengan membuka kios/bengkel/kantornya dan menunggu datangnya pelanggan ke tempat usahanya.
2. Banyak UMKM belum menguasai dan memanfaatkan teknologi digitalisasi dalam pengembangan usahanya, sehingga mereka mengalami kesukaran dalam mendapatkan pelanggan saat PPKM dilaksanakan di Jakarta.
3. Bagi UMKM belum memanfaatkan teknologi digitalisasi, perlu dibantu dan dibina dalam memanfaatkan

teknologi digitalisasi dalam mengembangkan usahanya.

Setelah UMKM memanfaatkan teknologi digitalisasi dalam menjalankan usahanya, maka diharapkan akan terjadi peningkatan keuntungan atau omset penjualan dan jumlah pelanggan dalam kurun waktu tertentu dalam program PKM ini. Dan bila tidak terjadi peningkatan keuntungan omset penjualan dan jumlah pelanggan, maka akan dilakukan upaya perbaikan melalui monitoring dan evaluasi penyebab masalah yang terjadi.

4. Tinjauan Teori

Ada pepatah merupakan rumus bagi yang melakukan kehidupan dalam bisnis kewirausahaan. Kalau ingin menangkap ayam, jangan dikejar, nanti kita akan lelah dan ayampun semakin menjauh. Berikanlah ayam dengan beras dan makanan nanti dengan mudah ayam datang dengan rela. Begitulah rezeki, melangkahlah dengan baik, jangan terlalu kencang mengejar, ngotot memburu. Nanti kita akan lelah tanpa hasil. Keluarkanlah sedekah, nanti rezeki akan datang menghampiri tepat waktu.

Terinspirasi dengan pepatah yang disebutkan, penghasilan dapat dievaluasi dari strategi yang tepat dan cerdas untuk

mewujudkan pemanfaatan teknologi digitalisasi dalam rangka membantu UMKM yang mengalami dampak pandemic covid-19 di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Sistem yang tepat berdasarkan kondisi yang ada merupakan solusi yang terbaik dan cerdas untuk hidup di era industry 4.0. Kita berikan perangkat untuk mendapatkan penghasilan dari usaha yang ditekuni.

Secara realitas ekonomi telah terbangun system perdagangan ritel lewat pasar tradisional, pasar modern di mal dan pasar di dunia internet yang dikenal dengan market place tokopedia, olx, lazada, bukalapak dan shopee. Saat pandemic covid-19, pedagang dipaksa oleh keadaan untuk melihat market place daring agar pedagang dapat bertahan dan berkembang dibidang perdagangan yang ditekuni. Masalahnya adalah terbatasnya kemampuan pedagang mengerti cara menggunakan market place daring dan rahasia-rahasia perdagangan di market place daring. Sebenarnya rahasia-rahasia perdagangan di pasar tradisional dan pasar modern di mal memiliki kemiripan yaitu mengerti pola pembelinya. Sehingga pengalaman-pengalaman selama berdagang di pasar tradisional dan pasar modern di mal bisa diterapkan di market place daring. Memang untuk menilai

keberhasilannya diperlukan evaluasi dan monitor transaksi yang dilakukan lewat aplikasi transaksi yang digunakan. Pengambilan keputusan pedagang belajar dan mempraktekkan usahanya di market place daring adalah tindakan yang sangat tepat dan cerdas pada saat pandemic covid-19.

Pemanfaatan IT berupa website, platform e-commerce dan social media sebagai platform digital yang umum digunakan pada masa pandemic covid-19 saat ini. Penyediaan aplikasi teknologi digitalisasi disesuaikan dengan bidang usaha UMKM. PKM memberikan manfaat bagi UMKM. PKM harus bisa mempresentasikan penjualan dan keuntungan kepada pedagang-pedagang binaan. Dengan penampakan hasil transaksi selama kurun waktu setiap minggu, setiap bulan diharapkan untuk pemicu pedagang-pedagang merealisasikan perdagangan di market place daring. Dengan membangun system aplikasi teknologi digitalisasi disesuaikan dengan bidang usaha UMKM, PKM sangat harus memperhatikan kendali, kendala-kendala dan monitoring untuk menjaga keberhasilan system aplikasi. Laporan yang akan ditulis akan memaparkan data-data penjualan dan keuntungan berdasarkan waktu. Termasuk dampak-dampak dari kendali

dan pemecahan solusi dari kendala-kendala yang muncul, data-data penjualan dan keuntungan berdasarkan waktu akan dicatat dalam laporan PKM. (Arianto, B. 2020)

PKM ini disinergiskan dengan era digitalisasi, online, dan market place. Market place daring disimpulkan untuk pembelajaran pola pasar. Market place daring yang dipilih harus sesuai dengan bidang usaha UMKM yang dibantu oleh PKM ini. Pedagang dibina dalam PKM ini harus mengerti persaingan digitalisasi sehingga pedagang mempunyai kemampuan menstimulasi produk yang dijual. PKM perlu menekankan peningkatan penjualan produk. Dampaknya menempatkan UMKM pada pemasangan target. Ada biaya untuk pemasangan target yaitu adminnya mengawasi secara langsung respon secara secepatnya setelah dirouting order kepada toko virtual pedagang yang dibina di PKM ini.

Manfaat platform digitalisasi digunakan untuk menjaring calon pelanggan, dalam upaya untuk meningkatkan trafik pelanggan UMKM melalui promosi online di social media (FB dan IG) atau melalui Google dan juga platform digital e-commerce. Kembali ke pepatah tadi yaitu memberi ayam dengan beras dan

makanan nanti dengan mudah ayam datang dengan rela. Iklan dalam dunia usaha adalah promosi yang mengakibatkan biaya sangat diperlukan untuk mendapatkan calon pembeli. Dalam pepatah rumus, beras dan makanan adalah iklan untuk dengan mudah calon pelanggan datang dengan rela. Hal mengenai iklan dan promosi akan dicatat dalam pendataan transaksi setiap minggu dan setiap bulan untuk memonitor dampak iklan dan promosi. Dengan menampakkan bentuk penjualan dan hasil keuntungan, pedagang yang dibina dalam PKM ini akan mengerti prinsip kendali untuk meningkatkan jumlah transaksi di market place daring. Dengan mengalami percobaan-percobaan dilakukan pedagang untuk memahami dinamika transaksi di market place daring.

Pedagang tidak membayar iklan tapi melakukan promosi online di social media (FB dan IG). Laporan harus dicatat dampaknya melalui sejarah transaksi satu bulan. Kemudian, pedagang membayar iklan tapi melakukan promosi online di social media (FB dan IG). Laporan juga harus dicatat dampaknya melalui sejarah transaksi satu bulan. Dengan diterjemahkan sejarah transaksi, pedagang yang dibina di PKM ini akan mengerti pola pelanggan. Pemahaman

pola pelanggan di market place daring dikombinasikan dengan pemahaman pengalaman pedagang legendaris menjadi sumber penelitian tentang digitalisasi untuk pedagang yang bermain lokal dan UMKM.

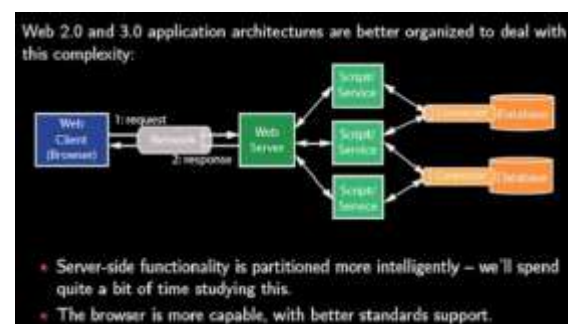
UMKM mempromosikan produk atau jasa langsung kepada calon pelanggannya secara online melalui platform teknologi digitalisasi. Dengan data selama 3 bulan diharapkan PKM ini memberikan kontribusi apakah aplikasi teknologi digitalisasi melalui upaya promosi dan monitoring membantu peningkatan transaksi. Harapan UMKM berusaha mengoptimalkan aktivitas penjualan online melalui outlet UMKM di market palace daring dikombinasikan dengan lapak di media social.

Fenomena, pedagang cenderung multiuser yaitu memanfaatkan lebih dari satu platform e-commerce disaat bersamaan. Pemanfaatan banyak market place daring akan meningkatkan calon pelanggan datang sebagai konsumen akibatnya transaksi meningkat.

Pemahaman Pola Setiap Platform E-Commerce

<https://nasional.kontan.co.id/news/bisnis-umkm-dengan-platform-digital-mampu-bertahan-di-tengah-pandemi>

Pedagang yang dibina oleh PKM ini diajarkan untuk mengerti pemahaman pola setiap platform e-commerce. Pemilihan sebagai user dari platform e-commerce harus disesuaikan dengan produk yang dijual. Contohnya platform olx.co.id lebih cocok sebagai market palace daring untuk penjualan property. Pemahaman pola setiap platform e-commerce dapat dipelajari dengan penggalian informasi dan data-data yang diberikan oleh platform e-commerce pada web server. Aplikasi web model sekarang platform e-commerce dijelaskan pada gambar 3. Berdasarkan gambar 3., web client (Browser) melakukan penggalian informasi pada Web Server. Pedagang yang dibina oleh PKM ini melakukan dokumentasi atas penggalian informasi di setiap platform e-commerce. Proses pemahaman pola dilakukan agar pedagang bijaksana memilih platform e-commerce yang disesuaikan dengan bidang usaha yang ditekuni.



Gambar 3. Aplikasi web model sekarang platform e-commerce

Setiap platform e-commerce memiliki kekhasannya masing-masing. Contohnya, bila dibandingkan dengan pasar yang sebenarnya yaitu pasar tanah abang dikenal sebagai pasar penjualan pakaian dalam skala grosir. Pasar gembong merupakan pasar penjualan mainan anak-anak dalam skala grosir. Pasar induk cipinang merupakan pasar penjualan sembako skala grosir. Pemahaman pola setiap platform e-commerce dapat dikembangkan seperti pasar yang sebenarnya dimana setiap pasar mempunyai ciri yang khusus atau punya identitas. Setiap platform e-commerce juga memiliki ciri yang khusus atau punya identitas. Setiap pasar mempunyai budaya yang berbeda-beda dalam menarik perhatian pelanggannya begitu juga setiap platform e-commerce. Dengan kata lain, setiap pasar mempunyai segmen pasarnya sendiri demikian juga setiap platform e-commerce mempunyai segmen pasarnya sendiri.

Pemahaman Pola Pelanggan Market Place Daring

Pemahaman pola pelanggan market place daring dilakukan dengan pengumpulan data dari setiap platform e-commerce yaitu penggalian informasi pada web server. Survey dan interview digelar untuk mendapatkan pola yang benar dari

pelanggan. Setiap market place daring dilakukan survey pelanggan. Survey dapat dilakukan dengan kerjasama sehingga pola pelanggan market place daring disimpulkan kedalam dokumen.

Respon

Respon terhadap berdagang secara online, pemahaman pola setiap platform e-commerce dan pemahaman pola pelanggan market place daring merupakan petunjuk bagi PKM ini untuk mengerjakan proyek pemanfaatan teknologi digitalisasi dalam rangka membantu UMKM yang mengalami dampak pandemic covid-19 di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Tinjauan pustaka berdasarkan pemahaman pustaka dan wawancara dengan pelaku pasar online sangat bermanfaat untuk panduan PKM ini. Informasi berisi tentang analisis situasi terkait berbagai permasalahan praktis yang terjadi di lapangan sesuai dengan tujuan dari kegiatan PKM ini.

METODE

Metodologi pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yang berjudul "Pemanfaatan Teknologi Digitalisasi Dalam Rangka Membantu UMKM Yang Mengalami Dampak Pandemi Covid-19 di Kecamatan Kramat

Jati, Jakarta Timur” diawali dengan berkoordinasi dengan pihak UMKM yang menjadi sasaran PKM dan pengurus RT setempat berlokasi di Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Kegiatan ini perlu persetujuan pihak terkait guna kelancaran proses pelaksanaan PKM. UMKM yang menjadi sasaran PKM sebanyak 2 unit UMKM yang bergerak secara mandiri/perorangan yaitu:

1. UMKM yang usahanya telah lama berjalan, tidak pernah tutup atau ganti usaha, UMKM ‘legendaris’ telah dikenal lama oleh masyarakat sekitarnya, tetapi belum melek teknologi digitalisasi dalam menjalankan usahanya.
2. UMKM belum melek teknologi digitalisasi tetapi yang tetap bertahan operasional usahanya, dan ingin naik ke tingkat yang lebih tinggi agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara online.

Selanjutnya, penyediaan aplikasi teknologi digitalisasi sesuai dengan bidang usaha UMKM dilaksanakan mulai bulan Oktober 2021 s/d Januari 2022 dan dilanjutkan dengan tahap finalisasi di Februari 2022, dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Pembuatan website UMKM, membutuhkan domain dan hosting minimal 1 tahun. (Arianto B. 2020)

2. Pembuatan aplikasi sosial media, seperti: halaman facebook untuk UMKM dan akun Instagram untuk bisnis UMKM.
3. Pemanfaatan platform pemasaran online e-commerce (misalnya, Tokopedia) yang akan memaksimalkan jangkauan kepada lebih banyak target konsumen. (Arianto, B. 2020)
4. Pembuatan akun Google My Bussiness untuk lokasi UMKM agar mudah dicari pelanggan.
5. Pembuatan nomor Whatsapp untuk pelanggan UMKM dan disisipkan dalam website UMKM, serta FB dan IG. (Suryawardana, Edy 2020)
6. Pembuatan kartu nama bagi pelanggan UMKM.
7. Penyediaan aplikasi android dan diupload ke Google Playstore, setelah tersedianya akun Google Playstore.
8. Sosialisasi penggunaan aplikasi teknologi digitalisasi diatas kepada UMKM.

Dilakukan upaya dalam meningkatkan trafik pelanggan UMKM melalui promosi online di sosial media (FB dan IG) atau melalui Google dan platform pemasaran e-commerce. Upaya promosi ini dilakukan untuk menjaring calon pelanggan dan

mengenalkan usaha UMKM tersebut kepada masyarakat luas secara online, sehingga dapat diharapkan akan terjadi peningkatan keuntungan atau omset penjualan dan jumlah pelanggan dalam kurun waktu tertentu sesuai waktu pelaksanaan PKM ini. (Suryawardana, Edy 2020)

Pemantauan dan analisis hasil penggunaan aplikasi teknologi digitalisasi dilakukan oleh UMKM untuk upaya peningkatan jumlah pelanggan UMKM. Pemantauan masalah yang timbul selama pelaksanaan PKM ini dilakukan juga oleh UMKM. Bila UMKM telah dinilai layak dan mampu menggunakan aplikasi teknologi digitalisasi ini, dapat dilakukan penyerahan seluruhnya perangkat aplikasi ini kepada UMKM pada bulan Februari 2022.

Pembuatan dokumentasi kegiatan PKM dan jurnal hasil pelaksanaan PKM telah dikerjakan sebagai keluaran kegiatan PKM. Pelaporan PKM disertai bukti Letter of Acceptance (LoA) oleh OJS PKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Rancang Bangun Aplikasi Teknologi Digitalisasi UMKM

Tersedianya aplikasi teknologi digitalisasi UMKM dibuat oleh tim PKM berdasarkan peserta UMKM. Peserta UMKM yang dibina adalah UMKM yang usahanya

telah lama berjalan (legendaris) tetapi belum melek teknologi digitalisasi dalam menjalankan usahanya dan UMKM belum melek teknologi digitalisasi tetapi yang tetap bertahan operasional usahanya agar dapat menjangkau pasar lebih luas secara online. Aplikasi yang dibangun dalam bentuk website dengan alamat website <https://den2grafika.com> dan <https://kakabie.com>. Aplikasi website dibangun menggunakan perangkat lunak framework wordpress. Pembuatan website sesuai dengan jadwal kegiatan dan merupakan hasil dari metode observasi kondisi peserta UMKM.

Transformasi UMKM berdagang secara model bisnis manual ke secara model bisnis digital telah diwujudkan dengan tersedianya aplikasi teknologi digital dalam bentuk aplikasi website. Website <https://den2grafika.com> merupakan virtualnya UMKM legendaris dan website <https://kakabie.com> mempresentasikan virtualnya UMKM yang dapat menjangkau pasar lebih luas secara online. Pasar online merupakan tempat pengguna internet secara global yang berjumlah milyaran pengguna untuk membeli produk dan jasa. Kedua contoh UMKM yang dibina selama PKM ini merupakan perwakilan UMKM di kecamatan Kramat Jati yang belum

memanfaatkan teknologi digitalisasi. Kedua contoh UMKM melakukan kegiatan usahanya secara manual atau offline untuk mendapatkan pelanggannya.

Kedua contoh UMKM dibantu dan dibina untuk mengerti teknologi digitalisasi sehingga kedua contoh UMKM memodifikasi model bisnis usahanya. Kedua contoh UMKM melebarkan pangsa pasarnya. Pangsa pasarnya kedua contoh UMKM adalah pangsa pasar riil dan pangsa pasar maya (virtual). Pangsa pasar riil tetap dilayani dengan usaha model bisnis manual dimana pelanggan datang ketempat UMKM untuk melakukan transaksi. Lalu pangsa pasar virtual dilayani dengan usaha model bisnis digital dimana pelanggan mengakses website UMKM untuk melakukan transaksi. Aplikasi website yang melayani pelanggan merupakan usaha model bisnis digital. Dengan bertransaksi nirkontak antara pelanggan dan pedagang merupakan system berdagang yang cocok saat masa pandemic covid-19.

Kedua contoh UMKM telah menjadi temuan bagi tim PKM dilapangan. Bertransaksi nirkontak seiring dengan pembinaan Bank Indonesia menawarkan

aplikasi transaksi QRIS sehingga kedua contoh UMKM dapat menerapkan transaksi nirkontak dengan pelanggan mereka. Temuan bertransaksi secara nirkontak merupakan solusi untuk ekonomi tetap berjalan saat masa pandemic covid-19.

Dengan rancang bangun aplikasi teknologi digitalisasi atau website dari kedua contoh UMKM bisa diduplikasikan ke UMKM lainnya untuk menjangkau pasar online atau memperluas usaha. Rancang bangun aplikasi teknologi digital merupakan alangkah awal bagi UMKM yang belum menguasai teknologi digitalisasi untuk bertahan pada masa pandemic covid-19. Kedua contoh UMKM ini bisa jadi prototype untuk menjelaskan teknologi digitalisasi yang sangat bermanfaat untuk berdagang.

Pengetahuan rancang bangun aplikasi teknologi digitalisasi atau website diajarkan pada mata kuliah kebangsaan Pengantar Teknologi Informasi. Kebetulan tim PKM adalah dosen pengampu MKK PTI di UKI selama tahun 2020 hingga tahun 2022. Kontribusi MKK PTI dapat dirasakan manfaatnya untuk kedua contoh UMKM pada PKM ini.

2. Aplikasi Teknologi Digitalisasi UMKM Yang Usahanya Telah Lama Berjalan (Legendaris) Tetapi belum Melek Teknologi Digitalisasi

Contoh UMKM pertama yaitu usahanya telah lama berjalan (legendaris) menghendaki tanpa platform pemasaran online e-commerce. Model bisnis marketplace daring diwajibkan respon cepat setelah dirouting order atau transaksi online pada toko online contoh UMKM pertama yang berkolaborasi dengan platform pemasaran e-commerce. Hal ini dianggap biaya operasi bagi pemilik contoh UMKM pertama untuk merekrut admin atau seorang karyawan. Admin mempunyai tugas melayani transaksi online dari tokopedia sebagai contoh platform pemasaran e-commerce. Admin mempersiapkan produk pesanan yang dibungkus dalam bentuk packing. Lalu admin mengantar produk pesanan ke jasa pengiriman barang. Sehingga contoh UMKM pertama tidak memanfaatkan pemasaran online e-commerce tetapi tetap melakukan teknologi digitalisasi. Teknologi digitalisasi dilakukan dengan Aplikasi website <https://den2grafika.com>. Contoh UMKM pertama tidak berkolaborasi dengan marketplace daring tapi berdiri sendiri sebagai toko online dengan

mempunyai sendiri nama domain. Palanggan mengakses alamat website <https://den2grafika.com> dulu untuk bisa bertransaksi online dengan contoh UMKM pertama.



Gambar 4. UMKM Legendaris

<https://den2grafika.com>

Digitalisasi contoh UMKM pertama berdasarkan metode observasi menginginkan bentuk usaha mikro yang melakukan onboarding aktif dulu di media social dan website atau e-katalog. Metoda observasi adalah metoda yang cocok untuk transfer pengetahuan pemanfaatan IT bagi UMKM di Jakarta Timur agar terhubung ke platform teknologi digitalisasi. Sebagai prototype perwakilkan UMKM legendaris mengembangkan jumlah pelanggan online dengan penggunaan nama domain sendiri. Didukung promosi dan pemasaran dilaksanakan dengan pembuatan aplikasi sosial media, seperti: halaman facebook untuk UMKM dan akun Instagram untuk bisnis UMKM. Pembuatan nomor whatsapp untuk pelanggan UMKM disisipkan dalam

website contoh UMKM pertama, serta FB dan IG. Pembuatan akun Google My Business untuk lokasi contoh UMKM pertama agar mudah dicari pelanggan disisipkan juga dalam website contoh UMKM pertama, serta FB dan IG.

Pengevaluasian transaksi online pada contoh UMKM pertama belum menunjukkan hasil yang diinginkan. Perlu waktu untuk bisa menunjukkan keberhasilan promosi dan pemasaran lewat website, FB, IG dan nomer whatsapp. Disamping itu, pembuatan website, FB, IG dan nomer whatsapp baru selesai dibuat pada akhir bulan Februari 2022 sesuai dengan jadwal PKM ini.

Tim PKM berencana untuk mengambil langkah-langkah rekayasa perangkat lunak. Langkah-langkah rekayasa perangkat lunak kembali ke perumusan masalah, ruang lingkup pekerjaan dan tujuan pekerjaan. Lewat hasil penghasilan contoh UKM pertama dari model bisnis digital diuraikan kembali perumusan masalah, ruang lingkup pekerjaan dan tujuan pekerjaan. Setelah itu masuk ke fase metoda pelaksanaan, apakah metoda pelaksanaan masih perlu dirubah sistemnya agar hasil pendapatan contoh UMKM pertama bisa bertambah.

Bila masih ada relevansi metoda pelaksanaan dengan hasil pendapatan dan pengevaluasian transaksi online contoh UMKM pertama ditemukan masih masuk penalaran logika kewirausahaan. Metoda pelaksanaan diubah atau dimodifikasi sedikit atau perombakan berdasarkan diskusi atau masukan-masukan pelaku UMKM yang sukses di platform teknologi digitalisasi. Metoda pelaksanaan yang telah dirubah direalisasikan dalam bentuk rancang bangun platform teknologi digitalisasi. Setelah jadi platform teknologi digitalisasi diberi beberapa waktu yang cukup untuk evaluasi transaksi online pada contoh UMKM pertama. Dari hasil pendapatan online contoh UMKM pertama menjadi bahan pertimbangan kembali lagi ke perumusan masalah, ruang lingkup pekerjaan dan tujuan pekerjaan. Hal ini yang disebut perbaikan rekayasa perangkat lunak untuk mensukseskan transformasi model bisnis manual ke model bisnis digital (teknologi digitalisasi). Platform teknologi digitalisasi adalah hasil perangkat lunak atau aplikasi akibat perubahan bisnis model manual ke bisnis model digital. Aplikasi website, marketplace daring, facebook dan Instagram merupakan platform teknologi digitalisasi. Marketplace daring adalah aplikasi website yang terdiri dari

kumpulan toko-toko online yang berjualan bermacam-macam produk dan jasa.

Sampai saat ini, contoh UMKM pertama masih memilih tes pasar dulu untuk melihat perbandingan hasil transaksi online beberapa waktu yang akan datang. Pendapatan contoh UMKM pertama masih menunjukkan jumlah pendapatan sama dengan saat platform teknologi digitalisasi belum dibangun. Hal ini masih wajar menurut pelaku pasar online.

3. Aplikasi Teknologi Digitalisasi UMKM Belum Melek Teknologi Digitalisasi Tetapi Yang Tetap Bertahan Operasional Usahanya Agar Dapat Mengjangkau Pasar Lebih Luas Secara Online

Contoh UMKM kedua yaitu usahanya untuk mengjangkau pasar lebih luas secara online menghendaki tanpa platform pemasaran online e-commerce karena biaya gaji karyawan. Kewajiban respon cepat setelah dirouting order atau pesanan menjadi momok bagi pelaku UMKM. Kinerja UMKM diukur oleh marketplace daring lewat pelanggan dimana UMKM berkolaborasi untuk mendapatkan order atau transaksi online dari pangsa pasar pelanggan market place daring. Kinerja model bisnis daring

disyaratkan respon cepat setelah dirouting order atau transaksi online pada toko online contoh UMKM kedua. Hal ini dianggap biaya operasi bagi pemilik contoh UMKM kedua untuk menggaji admin atau seorang karyawan. Admin mempunyai tugas melayani transaksi online dari shopee sebagai contoh platform pemasaran e-commerce. Admin mempersiapkan jasa pesanan perjalanan wisata ke dalam bentuk rencana perjalanan wisata ketempat wisata yang dipesan pelanggan. Lalu admin menjadi penanggung jawab dan supervisi paket perjalanan wisata ke tim pelaksana perjalanan wisata mulai pemberangkatan dan selesainya perjalanan wisata. Sehingga contoh UMKM kedua tidak memanfaatkan pemasaran online e-commerce tetapi tetap melakukan teknologi digitalisasi. Teknologi digitalisasi dilakukan dengan Aplikasi website <https://kakabie.com> . Contoh UMKM kedua tidak berkolaborasi dengan marketplace daring tapi berdiri sendiri sebagai toko online dengan mempunyai sendiri nama domain. Pelanggan mengakses alamat website <https://kakabie.com> dulu untuk bisa bertransaksi online dengan contoh UMKM kedua. Website contoh UMKM kedua menawarkan jasa perjalanan wisata untuk menikmati keindahan alam

Indonesia disekitar provinsi Lampung, provinsi Banten, provinsi Jawa Barat dan provinsi Jawa Tengah. Pelanggan contoh UMKM kedua merupakan penggemar alam yang Indah serta eksplorasi ketempat wisata yang tidak terdapat di Jabotabek.



Gambar 5. UMKM Pasar Secara Online

<https://kakabie.com>

Digitalisasi contoh UMKM kedua berdasarkan metode observasi menginginkan bentuk usaha mikro yang melakukan onboarding aktif dulu di media social dan website atau e-katalog. Metoda observasi ini juga diterapkan untuk contoh UMKM kedua agar terhubung ke platform teknologi digitalisasi. Sebagai prototype perwakilkan UMKM yang usahanya untuk menjangkau pasar lebih luas secara online mengembangkan jumlah pelanggan online dengan penggunaan nama domain sendiri. Juga untuk promosi dan pemasaran dilaksanakan dengan pembuatan aplikasi sosial media, seperti: halaman facebook untuk UMKM dan akun Instagram untuk bisnis UMKM. Lewat halaman facebook usaha mikro

melakukan onboarding aktif ke website atau e-katalog. Pdf filenya bisa kliktable sehingga ditransfer apabila transaksi checktable di platform media social. Begitu juga pemanfaatan aplikasi social media instagram sebagai sarana promosi dan pemasaran diharapkan juga akan terbangun daftar pelanggan contoh UMKM kedua. Halaman facebook dan Instagram merupakan aplikasi terbesar untuk social media dipakai untuk mengakses <https://kakabie.com>.

Pembuatan nomor whatsapp untuk pelanggan UMKM disisipkan dalam website contoh UMKM kedua, serta FB dan IG. Pembuatan akun Google My Bussiness untuk lokasi contoh UMKM kedua ditunda dulu untuk sementara dalam website contoh UMKM kedua, serta FB dan IG.

Pengevaluasian transaksi online pada contoh UMKM kedua belum menunjukkan hasil yang diinginkan. Perlu waktu untuk bisa menunjukkan keberhasilan promosi dan pemasaran lewat website, FB, IG dan nomer whatsapp. Disamping itu, pembuatan website, FB, IG dan nomer whatsapp baru selesai dibuat pada akhir bulan Februari 2022 sesuai dengan jadwal PKM ini.

Dari contoh UMKM pertama dan contoh UMKM kedua masih diperlukan waktu dan perbaikan system teknologi digitalisasi. Apabila pertambahan jumlah transaksi tidak seperti diharapkan seperti saat perencanaan pada proposal PKM. Pada semester selanjutnya tim PKM akan melakukan perbaikan dan revisi teknologi digitalisasi termasuk dengan menambahkan dua UMKM percontohan.

Tim PKM berencana untuk mengambil langkah-langkah rekayasa perangkat lunak menambahkan dua UMKM percontohan. Tanpa merombak aplikasi website contoh UMKM pertama dan contoh UMKM kedua untuk pengembangan PKM. Langkah-langkah rekayasa perangkat lunak membuat perumusan masalah, ruang lingkup pekerjaan dan tujuan pekerjaan untuk dua UMKM percontohan. Setelah itu masuk ke fase metoda pelaksanaan, apakah metoda pelaksanaan sistemnya agar hasil pendapatan dua UMKM percontohan bisa bertambah. Bila masih ada relevansi metoda pelaksanaan dengan hasil target proyeksi pendapatan dua UMKM percontohan ditemukan masih masuk penalaran logika kewirausahaan. Metoda pelaksanaan

direalisasikan dalam bentuk rancang bangun platform teknologi digitalisasi. Setelah jadi platform teknologi digitalisasi diberi beberapa waktu yang cukup untuk evaluasi transaksi online pada dua UMKM percontohan. untuk mensukseskan transformasi model bisnis manual ke model bisnis digital.

Sampai saat ini, contoh UMKM kedua masih memilih tes pasar dulu untuk melihat perbandingan hasil transaksi online beberapa waktu yang akan datang. Pendapatan contoh UMKM kedua masih menunjukkan jumlah pendapatan sama dengan saat platform teknologi digitalisasi belum dibangun. Hal ini masih wajar menurut tim PKM.

4. Pembahasan

Bagaimana pandangan akibat pengurangan aktivitas ekonomi? Aktivitas ekonomi ditrigger untuk terjadi pertumbuhan ekonomi. Strategi yang dilakukan dengan keadaan pandemic covid-19 menerapkan kebijakan 6M untuk menggerakkan aktivitas ekonomi. Kebijakan 6M yaitu:

- a. Mencuci tangan
- b. Menggunakan masker
- c. Menjaga jarak
- d. Menjauhi kerumunan
- e. Mengurangi Mobilitas

- f. Melakukan pembayaran digitalisasi

Pembeli dan penjual mulai beradaptasi ke arah digitalisasi. Pembayaran digitalisasi menggunakan QRIS bagi UMKM adalah motor penggerak aktifitas ekonomi. Peran Bank Indonesia terhadap pembayaran digitalisasi untuk membantu pemulihan ekonomi Indonesia menjamin QRIS bagi rakyat Indonesia. QRIS adalah satu untuk seluruh pembayaran. QRIS merupakan singkatan QR Indonesia Standar.

Manfaat QRIS bagi customer yaitu:

- a. Alternatif pembayaran kekinian.
- b. Pengeluaran tercatat.
- c. Aman, cepat dan nyaman.
- d. Efisien, cukup satu aplikasi.
- e. Higienis karena bersifat nirsentuh.

Manfaat QRIS bagi UMKM yaitu:

- a. Membangun credit profile untuk kemudahan mendapatkan pinjaman.
- b. Menerima pembayaran secara higienis.
- c. Transaksi tercatat dan langsung masuk rekening.
- d. Tidak perlu uang kembalian, bebas resiko pencurian dan uang palsu.
- e. Mengikuti tren sehingga meningkatkan penjualan.
- f. Murah bagi usaha mikro.

Manfaat QRIS bagi UMKM yaitu transaksi tercatat dan langsung masuk rekening pembukuan pembeli dan penjual. Pembeli dan penjual menjadi percaya dan tidak takut penipuan dalam melakukan transaksi. Bagi platform teknologi digitalisasi, transaksi dapat dipakai untuk pola pelanggan, pola produk barang penjualan, pola yang cocok untuk rakyat Indonesia di perkotaan atau di suatu daerah. Pemahaman pola setiap e-commerce bisa berkaitan dengan transaksi. Begitu juga dengan pemahaman pola pelanggan marketplace daring berkaitan dengan transaksi.

Digitalisasi UMKM ditentukan level usahanya. Usaha mikro melakukan onboarding aktif dulu di media social, dan website atau e-katalog. Pdf filenya bisa kliktable sehingga ditransfer apabila transaksi checktable di platform media social. Logistiknya harus disesuaikan dengan pasar basah di pasar tradisional. Usaha kecil masuk dulu ke e-commerce local dan e-commerce umum. Usaha menengah masuk ke e-commerce umum dan e-commerce global.

Dalam pandemic covid-19 UMKM mendapat pukulan keras, anjloknya pendapatan, PHK, dan gulung tikar. Agen

perjalanan wisata merupakan contoh kasus. Kejadiannya yaitu tidak ada tamu sama sekali untuk industry wisata (agen perjalanan wisata) digeluti selama dua belas tahun. Dengan perpaduan aplikasi teknologi digitalisasi dalam bentuk website dan pembayaran digitalisasi diharapkan pertumbuhan ekonomi di daerah kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan menerapkan proposal PKM sebagai panduan bagi penulis. Terlihat pelaksanaan PKM telah dilakukan dengan dapat diaksesnya alamat website UMKM yang dibina. Aplikasi yang dibangun dalam bentuk website dapat diakses dengan alamat website <https://den2grafika.com> dan <https://kakabie.com>. Dengan panduan tinjauan pustaka dan masukan-masukan dari pelaku UMKM terhubung platform teknologi digitalisasi, situasi pandemic covid-19 di kecamatan Kramat Jati memaksa UMKM untuk berkolaborasi dengan model usaha online. Berkolaborasi dengan model usaha online, UMKM dapat melakukan usaha offline dan online untuk mengoperasikan kegiatan berdagangnya.

Kedua contoh UMKM telah menjadi temuan bagi tim PKM dilapangan. Bertransaksi nirkontak seiring dengan pembinaan Bank Indonesia menawarkan aplikasi transaksi QRIS sehingga kedua contoh UMKM dapat menerapkan transaksi nirkontak dengan pelanggan mereka. Temuan bertransaksi secara nirkontak merupakan solusi untuk ekonomi tetap berjalan saat masa pandemic covid-19.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini perlu dilanjutkan sebagai sarana saling tolong menolong antara Universitas Kristen Indonesia dengan daerah Jakarta Timur. Kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pengembangan model bisnis digital bagi UMKM yang belum memanfaatkan platform teknologi digitalisasi dalam pengembangan usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami penulis mengucapkan terima kasih atas pembiayaan dana PKM lewat persetujuan LPPM UKI sehingga UKI mengalokasikan dana buat PKM ini. Kami penulis mengucapkan terima kasih kepada tim LPPM yang telah menyediakan system sehingga kami dosen UKI bisa berkarya dalam kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi dibidang

kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Sumber: <https://nasional.kontan.co.id/news/bisnis-umkm-dengan-platform-digital-mampu-bertahan-di-tengah-pandemi>

REFERENSI

- Arianto, B. (2020). " Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19." Peneliti Research Center for Forensic Accounting ATRABIS: *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 2.*
- Husain, Siti Pratiwi (2020). " Sosialisasi Pengelolaan Persediaan Barang Dagang UMKM Di Masa Pandemi Covid 19." Laporan Pengabdian Masyarakat. Jurusan Akuntansi, FE Universitas Negeri Gorontalo.
- Santoso, I. R. dan F. Z. Olilingo (2018). " Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Biyonga Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo." Laporan Program Pengabdian Masyarakat Prodi Ekonomi Pembangunan, FE Universitas Negeri Gorontalo
- Sugiyono, Prof., Dr. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, Cetakan ke-26.
- Suryawardana, Edy (2020). "Strategi Pemasaran UMKM Dalam Situasi Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Pedurungan Kidul Kecamatan Pedurungan." Laporan Pengabdian Masyarakat. LPPM Universitas Semarang.
- Tristiarto, Yoko dan Wahyudi (2018). " PKM Kelompok UMKM E-Commerce Di Kelurahan Benda Baru - Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan." Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat, E-ISBN : 978-602-73114-5-9.
- Wijaya, H. D., M. Yusuf dan F. N. Iman (2020). "Digitalisasi Pembayaran Berbasis Online Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Palmerah." PKM Universitas Mercu Buana