

## Pelatihan dan Pengembangan E-commerce UMKM Produksi Keripik Desa Gunting Dalam Masa Pandemi Covid-19

Tomy Rizky Izzalqurny<sup>1\*</sup>, Beta Angelina<sup>2</sup>, Eva Yunitasari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang

<sup>2</sup>Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang

<sup>3</sup>Mahasiswa Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Malang

\*Email: [tomyrizky.izzalqurny.fe@um.ac.id](mailto:tomyrizky.izzalqurny.fe@um.ac.id)

**Abstrak:** Desa Gunting memiliki potensi yang baik dalam *sector* UMKM yang dikembangkan, salah satu contohnya adalah UMKM produksi keripik. Namun, pandemi covid-19 mengakibatkan jumlah permintaan pasar terhadap produk keripik menurun. Hal ini disebabkan oleh menurunnya daya beli masyarakat, terbatasnya akses pemasaran, serta kurang inovatifnya jenis pemasaran yang dilakukan. *E-commerce* dirasa mampu menjadi alternatif metode pemasaran tersebut. Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk memberikan pendampingan serta pelatihan kepada pemilik UMKM keripik di Desa Gunting terkait pemasaran produk secara online ditengah pandemi. Metode yang digunakan adalah metode kaji tindak (*Action Reseach*) yang melibatkan kelompok masyarakat sasaran yaitu pemilik UMKM keripik Desa Gunting. Melalui hasil *Focus Group Discussion* dan identifikasi permasalahan yang dilakukan, solusi yang disepakati adalah kegiatan sosialisasi, pelatihan serta pendampingan. Tim pengabdian menawarkan upaya untuk memperluas pengetahuan masyarakat tentang bagaimana memodifikasi pemasarannya dalam *e-commerce*. Diharapkan nantinya pelaku UMKM ini mampu memperluas jangkauan dari produk yang mereka pasarkan dengan fitur *e-commerce* dimasa pandemi ini. Kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian meliputi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan mengenai seberapa penting dan multifungsinya *market place*, dan sosial media. Hasil dari kegiatan ini berupa masyarakat pelaku UMKM di Desa Gunting sudah mulai memasarkan produk UMKM dengan *e-commerce*, dan juga sudah terbentuknya promosi virtual yang mereka kerjakan.

*Kata kunci:* Covid, E-commerce, Keripik, Pelatihan, UMKM

**Abstract:** *Gunting Village has good potential in the UMKM sector that is developed, one example is the UMKM production of chips. However, the COVID-19 pandemic has resulted in a decrease in market demand for chip products. This is caused by the decline in people's purchasing power, limited access to marketing, and the lack of innovative types of marketing that are carried out. E-commerce is considered capable of being an alternative marketing method. The purpose of this service program is to provide assistance and training to chips UMKM owners in Gunting Village regarding online product marketing in the midst of a pandemic. The method used is the Action Research method which involves the target community group, namely the owners of UMKM chips in Gunting Village. Through the results of the Focus Group Discussion and identification of problems carried out, the agreed solution was socialization, training and mentoring activities. The service team offers efforts to expand people's knowledge about how to modify their marketing in e-commerce. It is hoped that these UMKM actors will be able to expand the range of the products they market with e-commerce features during this pandemic. Activities carried out by the service team include socialization, training and assistance regarding how important and multifunctional the market place is, and social media. The result of this activity is that the UMKM community in Gunting Village has started marketing UMKM products with e-commerce, and the virtual promotion they are doing has also been formed.*

*Keywords:* Covid, E-commerce, Chips, Training,

## I. PENDAHULUAN

Desa Gunting merupakan daerah yang memiliki berbagai potensi dan keunikannya tersendiri, keunikan daerah ini dapat digunakan sebagai peningkatan potensi desa salah satunya adalah, adanya sentra penghasil berbagai jenis keripik yang diproduksi oleh UMKM ibu Sariati. Keripik yang diproduksi oleh UMKM ini adalah keripik yang berasal dari hasil alam seperti pisang, talas, bahkan gadung yang terkenal beracun jika pengolahannya kurang tepat. UMKM ini telah berhasil mengolah umbi gadung agar aman dikonsumsi, dengan cara menghilangkan kandungan asam biru atau HCN pada umbi tersebut. Kandungan asam biru inilah yang dapat menimbulkan sensasi mabuk kepada orang yang telah mengkonsumsinya (Pramitha & Wulan, 2017). Hasil olahan keripik ini diproduksi sendiri oleh ibu Sariati di rumahnya dan sudah berhasil dikenal oleh berbagai kalangan termasuk pejabat daerah setempat.

Namun, adanya pandemi Covid berimbas pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Rumahan (UMKM), khususnya pada pemasaran produk UMKM. Sejauh ini pemasaran produk keripik dari UMKM ini hanya sebatas menitipkan produk ke toko-toko terdekat serta pada kios-kios wisata. Seperti yang kita tahu, adanya pembatasan sosial menyebabkan kios dan toko tidak lagi beroperasi, jika adapun toko sangat minim pembeli karena terjadi penurunan daya beli dari masyarakat. Jumlah kasus covid-19 yang kian meningkat khususnya di Indonesia, menyebabkan pemerintah mengambil beberapa kebijakan untuk merespons peningkatan Covid ini, di antaranya adalah lockdown dan physical distancing. Kebijakan ini membuat UMKM mengalami penurunan pendapatan yang tajam sehingga banyak yang harus berhenti beroperasi karena kendala arus kas (Tairas, 2020). Sistem ataupun cara untuk memasarkan produk yang digunakan oleh UMKM milik Ibu Sariati ini memiliki dampak yang kurang baik bagi

perkembangan usaha Ibu Sariati selama pandemi. Ditandai dengan menurunnya permintaan produk oleh para pembeli sejak memasuki bulan Maret tahun 2020 hingga sekarang. Berikut data lampiran hasil penjualan UMKM keripik Ibu Sariati dari bulan Januari hingga bulan Mei Tahun 2020:

**Tabel 1.**

Data Hasil Penjualan UMKM Keripik  
Tahun 2020

Bulan	Hasil Penjualan
Januari	Rp 3.500.000
Februari	Rp 4.200.000
Maret	Rp 2.200.000
April	Rp 2.050.000
Mei	Rp 2.170.000

Terlihat pada hasil penjualan diatas bahwa sejak adanya virus corona, tepatnya bulan Maret 2020 penjualan ibu Sariati menurun cukup signifikan yaitu hampir 50% dari hasil penjualan sebelumnya pada bulan Januari dan Februari. Ibu Sariati menyampaikan, jika kerugian yang dialami oleh UMKM ini mencapai hampir setengah dari hasil penjualan ketika sebelum pandemi. Hal inilah yang menjadi pertimbangan tim pengabdian untuk melakukan kajian lebih lanjut terkait solusi apa yang dapat diberikan kepada pelaku usaha UMKM keripik di Desa Gunting ini.

Seperti yang kita tahu, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti milik ibu Sariati ini memainkan peran penting dan strategis dalam pembangunan nasional. UMKM dapat berperan sebagai inovasi keterbaharuan dalam proses pembangunan nasional, selain itu UMKM juga memiliki peran dalam pembangunan dalam bidang ekspor, serta penggerak pertumbuhan ekonomi (Putra, 2016). Indonesia perlu fokus mengembangkan UMKM karena memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian nasional (Pakpahan, 2020). Sebuah studi empiris menunjukkan bahwa

UMKM berhasil mengatasi krisis ekonomi 1997/1998 yang membantu Indonesia bertahan dari krisis yang menghancurkan sektor keuangan dan perbankan (Hadad et al., 2004). UMKM merupakan roda penggerak perekonomian Indonesia. Jika membicarakan tentang bisnis, ekonomi, serta dunia usaha maka akan langsung dihadapkan pada satu sebutan yang sangat berkontribusi terhadap perekonomian yaitu UMKM.

Pengabdian ini akan lebih memaparkan mengenai strategi tentang bagaimana UMKM bisa bertahan dan berkembang di era pandemi ini melalui teknologi pemasaran digital. Banyak contoh dari beberapa pengabdian sebelumnya yang memberikan pelatihan dan edukasi terkait pemanfaatan teknologi E-commerce sebagai sarana pemasaran produk UMKM di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri yang dikemas dengan lebih efisien (Evasar, Utomo & Ambarwati, 2019). Sedangkan pada pengabdian kali ini, kami menawarkan upaya untuk memperluas pengetahuan masyarakat tentang bagaimana memodifikasi pemasarannya dalam E-commerce.

Kami harap para pelaku UMKM di desa Gunting ini mampu memperluas jangkauan dari produk UMKM yang mereka pasarkan dengan fitur E-commerce di masa pandemi ini. Pengembangan yang kami tawarkan ini meliputi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan mengenai seberapa penting dan multifungsinya market place, sosial media, dan beragam aplikasi pendukung lainnya.

E-commerce pada dasarnya adalah bentuk compositions dari kegiatan menjual dan membeli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Kegiatan jual beli di sini dilakukan secara virtual atau biasa kita sebut sebagai kegiatan online. Menggunakan teknologi perangkat digital seperti computer atau smartphone yang sudah disertai oleh jaringan internet untuk melakukan komunikasi sekaligus transaksi (Pitriyani dan Kasmi, 2019). E-commerce memberikan manfaat

yang cukup baik bagi para penjual dan pembeli. Para penjual seperti mitra UMKM mendapatkan kemudahan untuk melakukan pemasaran. Mereka jadi mampu untuk melakukan organisir pesanan konsumen. Lebih dari itu juga, transaksi yang dilakukan juga berlaku secara efektif (Rahman dan Ramdani, 2016; Yulistia, 2017). Studi terbaru juga mendokumentasikan bahwa sektor ritel (termasuk minimarket dan pasar online) berhasil bertahan dari pandemi Covid-19 di China (Bouey, 2020).

E-commerce yang dimanfaatkan dengan baik ini mampu membangun rasa kepercayaan yang baik dari penjual maupun pembeli (Disa, 2011). Dalam perkembangannya juga, E-commerce saat ini juga sudah meluas hingga pasar luar negeri. Hal ini menjadikan pembeli dan penjual menjadi beragam, para pelaku E-commerce bisa melakukan perdagangan internasional dengan lebih mudah (Sugiyanto dkk, 2017; Wibawa dan Fahrizal, 2019). Hal ini mampu terjadi karena dengan sistem ecommerce, transaksi oleh penjual dan pembeli dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun (Pitriyani dan Kasmi, 2019). Berdasarkan cara kerja dan prinsip dari e-commerce, dapat diyakini bahwa penerapan dari e-commerce ini mampu menjadi salah satu bentuk jawaban terhadap persoalan pemasaran yang dialami oleh UMKM. Penerapan E-commerce dalam UMKM diharapkan bisa memperluas pemasaran serta menciptakan konsumen baru, tingkatkan citra produk dan layanan konsumen yang lebih baik, proses menjadi lebih efisien serta efektif sebab waktu bisa dipadatkan menjadi lebih singkat, bisa tingkatkan produktivitas, akses data lebih mudah dan cepat, anggaran transportasi menurun serta fleksibilitas meningkat

Tujuan dari program pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan ilmu berupa pendampingan pelatihan kepada pemilik UMKM keripik di Desa Gunting tentang cara pemasaran produk secara online di tengah pandemi Covid-19. Pemilik UMKM sendiri menyadari bahwa

perkembangan produk perlu ditingkatkan dengan melakukan teknik pemasaran melalui platform digital, atau yang kenali dengan e-commerce. Selain itu, masyarakat juga sadar bahwa media promosi yang unik, kreatif, dan inovatif juga sangat diperlukan pada pemasaran produk melalui platform digital. Kesadaran masyarakat ini tergerak karena mereka sadar bahwa hasil olahan dari Desa Gunting ini perlu dan mampu menyebar lebih luas lagi.

## I. RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang terjadi pada sektor mikro kecil keripik di Desa Gunting ini adalah adanya pandemi covid yang berimbas pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Rumahan (UMKM), khususnya pada pemasaran produk UMKM. Sejauh ini pemasaran produk keripik dari UMKM ini hanya sebatas menitipkan produk ke toko-toko terdekat serta pada kios-kios wisata. Seperti yang kita tahu, adanya pembatasan sosial menyebabkan kios dan toko tidak lagi beroperasi, jika adapun toko sangat minim pembeli karena terjadi penurunan daya beli dari masyarakat. Jumlah kasus covid-19 yang kian meningkat khususnya di Indonesia, menyebabkan pemerintah mengambil beberapa kebijakan untuk merespons peningkatan Covid ini, di antaranya adalah lockdown dan physical distancing. Kebijakan ini membuat UMKM mengalami penurunan pendapatan yang tajam sehingga banyak yang harus berhenti beroperasi karena kendala arus kas (Tairas, 2020). Sistem ataupun cara untuk memasarkan produk yang digunakan oleh UMKM milik Ibu Sariati ini memiliki dampak yang kurang baik bagi perkembangan usaha Ibu Sariati selama pandemi. Ditandai dengan menurunnya permintaan produk oleh para pembeli sejak memasuki bulan Maret tahun 2020 hingga sekarang.

Terlihat pada hasil penjualan diatas bahwa sejak adanya virus corona, tepatnya bulan Maret 2020 penjualan ibu Sariati menurun cukup signifikan yaitu hampir 50% dari hasil penjualan sebelumnya pada bulan Januari dan Februari. Ibu Sariati

menyampaikan, jika kerugian yang dialami oleh UMKM ini mencapai hampir setengah dari hasil penjualan ketika sebelum pandemi. Hal inilah yang menjadi pertimbangan tim pengabdian untuk melakukan kajian lebih lanjut terkait solusi apa yang dapat diberikan kepada pelaku usaha UMKM keripik di Desa Gunting ini.

## II. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan adalah metode kaji tindak (Action Reseach) yang melibatkan kelompok masyarakat sasaran yaitu pemilik UMKM Keripik Desa Gunting. Melalui hasil Focus Group Discussion dan identifikasi permasalahan yang dilakukan bersama pemilik UMKM keripuk Desa Gunting, solusi yang disepakati untuk menyelesaikan permasalahan usaha UMKM ini adalah kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dipilih menjadi solusi terbaik karena metode yang digunakan adalah dengan melakukan pendekatan teori dan praktek. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di kediaman Ibu Sariati selaku pemilik usaha UMKM keripik di Dusun Padjaran, Desa Gunting, Sukorejo, Pasuruan. Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah berupa; tahap persiapan, tahap pelaksanaan, monitoring dan evaluasi. Tahapan-tahapan ini dilaksanakan agar untuk tujuan dari pengabdian ini dapat tercapai



**Diagram 1.** Diagram Tahapan Pelaksanaan Program Kerja

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi kegiatan penyusunan rencana, identifikasi masalah secara mendalam melalui wawancara dan observasi,

selanjutnya dimulai dengan merancang jadwal kegiatan agar pelaksanaan kegiatan mampu dilakukan lebih optimal. Dilanjutkan dengan sosialisai jadwal kegiatan kepada masyarakat. Lalu melakukan pengumpulan alat dan bahan, pembuatan brosur produk, pembuatan akun media social, dan pembuatan akun e-commerce. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini meliputi sosialisasi, pelatihan, praktek dan pendampingan. Pendampingan yang dilakukan mencakup proses pengenalan, standarisasi pengiriman produk dan teknik pemasaran dalam mengimplementasikan e-commerce.

Kegiatan dilaksanakan selama 3 kali dalam kurun waktu 1 bulan. Pertemuan pertama diawali dengan sosialisasi program kerja dengan seluruh anggota UMKM UD. Sari Purba Delima Putih milik Ibu Sariati. Pertemuan kedua diisi dengan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan dengan ibu Sariati selaku pemilik usaha UMKM keripik dan 1 pegawai sebagai penanggung jawab dibagian pemasaran produk sekaligus sebagai admin operasional dari media sosial, website dan e-commerce, Pertemuan ketiga dengan seluruh UMKM UD. Sari Purba Delima Putih milik Ibu Sariati kembali dengan diisi kegiatan mensosialisasikan kembali program kerja yang telah dilaksanakan, pembagian brosur produk serta acara penyerahan tanda terima kasih kepada pihak yang bersangkutan karena telah membantu proses pelaksanaan program kerja selama kegiatan KKN berlangsung (monitoring dan evaluasi).

Keterbatasan kemampuan dan sumberdaya mampu diselesaikan dengan cara melakukan pengembangan system e-commerce secara partisipatif, pendekatan bottom-up melalui metode transfer pengetahuan. Penerapan transfer pengetahuan yang dilakukan menggunakan pendekatan secara teori dan praktek. Pendekatan tersebut meliputi : (1) pengenalan tentang apa itu internet, penggunaannya dan fitur serta fasilitasnya (termasuk fitur mesin pencari dan E-mail), (2) menunjukkan cara pengoperasian website, (3) pengenalan e-commerce dan media sosial, (4) menginstall

e-commerce, (5) pengelolaan konten, (6) pengelolaan persediaan produk, (7) pengelolaan system transaksi yang berlaku, dan (8) pengelolaan strategi pemasaran. Melalui pendekatan tersebut, pelaku UMKM diharapkan mampu mengelola akun e-commerce dan sosial media yang sudah mereka miliki untuk memasarkan produk UMKM mereka dengan didampingi oleh tim pengabdian agar Langkah-langkah yang dianggap mampu menjadi permasalahan awal dapat teratasi. Dalam tahap ini tim pengabdian juga akan terus melakukan monitoring serta evaluasi jalannya program kerja.

### III. HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan yaitu berupa kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan pemanfaatan e-commerce pada UMKM keripik milik Ibu Sariati yangmana dilaukan melalui tiga tahapan, yaitu:

#### **Kegiatan Observasi (Tahap Persiapan)**

Tujuan dilakukannya kegiatan observasi adalah untuk mendapatkan informasi terkait objek yang akan menjadi bahan pengamatan, menyesuaikan informasi yang telah didapat dari pihak Desa, juga untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi UMKM dalam masa pandemi Covid-19 ini. Berdasarkan hasil observasi dan juga wawancara, diperoleh informasi terkait kendala-kendala yang harus segera mendapat solusi, diantaranya yaitu: 1) Terbatasnya gerai yang mau menampung produk keripik selama pandemi; 2) Ruang lingkup pemasaran yang hanya sebatas wilayah Pasuruan; dan 3) Kurangnya pemahaman tentang pemasaran online dengan memanfaatkan market place.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka didapatkannya beberapa solusi, yaitu: 1) Melakukan sosialisasi terkait tata cara pemasaran produk secara online dengan pemanfaatan market place; serta 2) Melakukan pelatihan dan juga pendampingan tentang tata cara pengemasan produk yang



aman sebelum dikirim kepada pihak ekspedisi.



**Gambar 1.**

Kegiatan Observasi

(Sumber: Dokumentasi Kegiatan di Desa Sukorejo)

### **Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Pemanfaatan E-commerce pada UMKM Keripik (Tahap Pelaksanaan Kegiatan)**

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada pertemuan kedua. Untuk memulai pemanfaatan e-commerce dalam pengabdian ini, tim kami memilih Shopee sebagai market place yang akan digunakan sebagai media pemasaran produk keripik dari UD Sari Purba Delima Putih milik ibu Sariati tersebut. Pemilihan Shopee didasarkan pada kemudahan serta kelengkapan fitur-fitur yang dimilikinya, serta banyaknya pengguna Shopee sehingga memiliki peluang besar untuk UMKM ini. Diawali dengan pembuatan akun Shopee oleh tim pengabdian, yang selanjutnya dilakukan pendampingan dalam penggunaan akun tersebut. Tim kami mendatangi rumah sekaligus lokasi produksi milik ibu Sariati ini untuk memulai pendampingan serta pelatihan. Pelaksanaan kegiatan ini tentu masih dengan penerapan protokol kesehatan secara ketat, dan sesuai anjuran. Pendampingan penggunaan market place ini diawali dengan mewawancarai pemilik usaha guna melengkapi data-data yang diperlukan sebagai syarat pendaftaran akun. Setelah data-data yang dibutuhkan terpenuhi, tim kami memulai dengan tata cara

mencantumkan foto serta deskripsi produk yang akan dijual. Tim pengabdian juga melakukan sesi foto produk yang nantinya akan digunakan sebagai konten postingan pada market place.



**Gambar 2.**

Hasil kegiatan pemotretan foto produk  
(Sumber: Dokumentasi Kegiatan di Desa Sukorejo)

Dalam pengabdian ini juga dilakukan pelatihan pengemasan untuk dikirim kepada pihak ekspedisi. Tim pengabdian menyediakan beberapa alat dan bahan yang diperlukan dalam kegiatan ini. Barang-barang tersebut diantaranya adalah kardus, bubble wrap, isolasi, plastik, gunting, alat tulis, dan kertas. Dengan adanya pendampingan serta pelatihan pengemasan produk ini diharapkan UMKM keripik dari UD Sari Delima Putih ini dapat tetap bertahan dalam kondisi yang sangat tidak stabil ini, juga menjadikan peluang untuk melebar pemasaran secara online yang selama ini belum pernah dilakukan oleh Ibu Sariati.



**Gambar 3.**

Kegiatan pelatihan pengemasan produk  
(Sumber: Dokumentasi Kegiatan di Desa Sukorejo)

### Tahap Monitoring dan Evaluasi

Dalam pertemuan ketiga ini, tim pengabdian melakukan penyerahan brosur yang akan digunakan Ibu Sariati selaku pemilik usaha untuk mempromosikan produknya. Pengukuran hasil pencapaian dari pengabdian ini yaitu berdasarkan pengamatan dari ketercapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Harapan dengan adanya program kerja ini adalah dapat terus diterapkan meskipun kegiatan KKN ini telah berakhir, serta dapat menjadikan motivasi serta contoh bagi pelaku UMKM yang ada di Desa Gunting.



**Gambar 4.** Kunjungan terakhir program kerja pelatihan dan pengembangan e-commerce pada UMKM produksi keripik  
(Sumber: Dokumentasi Kegiatan di Desa Sukorejo)

### IV. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan

pengembangan e-commerce pada UMKM produksi keripik telah tercapai dengan baik. Tim pengabdian telah menjalankan program kerja sesuai rencana yang telah disepakati sehingga hasil yang dicapai juga sesuai dengan harapan. Hasil pengabdian yang dilakukan juga sudah memenuhi dari tujuan awal yang direncanakan. Masyarakat desa Gunting awalnya diobservasi terlebih dahulu, guna mendapatkan informasi yang factual tentang kondisi di lapangan. Dengan demikian, langkah-langkah pendampingan bisa dilakukan dengan lebih efisien. Masyarakat desa Gunting diberikan pelatihan guna mengoptimalkan peran market place, perluasan pemasaran sehingga dapat menambah target pasar, serta menunjang penggunaan teknologi jual beli secara digital. Selain itu, pengemasan produk untuk dikirimkan kepada pihak ekspedisi juga diajarkan oleh tim. Harapannya agar produk yang dikirim bisa lebih aman dan memiliki kemasan yang lebih menjanjikan sehingga konsumen memiliki pengalaman belanja produk keripik dari UD Sari Purba Delima Putih dengan baik.

### V. DAFTAR PUSTAKA

- Bouey, J. (2020). Assessment of Covid-19's impact on small and medium-sized enterprises: Implications from China. *In Testimony presented before the House Small Business Committee on March 10, 2020* (pp. 1–13).
- Disa, S. (2011). *E-commerce Sebagai Solusi Pemasaran Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. *Inspiration: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(2), 1-13.
- Evasar, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan dan Pemanfaatan *E-commerce* sebagai Media Pemasaran Produk UMKM di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2): 75-84.
- Hadad, M. D., Blasyus, D., Herawanto, Indradjaja, Mukhlas, M., & Kusumastuti, Y. (2004). *Kajian peta permasalahan usaha mikro kecil dan*

- menengah.
- Pakpahan, A. K. (2020). *Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil dan menengah. Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 20 (April), 1–6.
- Pitriyani dan Kasmi. (2019). Pengembangan Aplikasi *E-commerce* Sebagai Media Pemasaran Produk Umkm Di Kabupaten Pringsewu. *Prosiding Konferensi Mahasiswa Sistem Informasi*. 5(1), 425-433.
- Pramitha, A. R., & Wulan, S. N. (2017). Detoxification of Cyanide in Gadung Tuber (*Dioscorea Hispida dennst.*) by a combination Soaking in Ash Suspension and Boiling. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 5(2), 58–65.
- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6 (2), 89-95.
- Putra, A. (2016). *Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Blora. Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40–52.
- Rahman, A. N dan Ramdani, C. M. S. (2016). *IbM Pelatihan Pemanfaatan E-commerce Sebagai Media Pemasaran Global Untuk Peningkatan Penjualan Produk Kelom Geulis (Studi Kasus: UKM kelomgeulis Tamansari Tasikmalaya). Jurnal Siliwangi: Seri Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 64-68.
- Sugiyanto, Karima. A, Yoganati, A. F. (2017). Peningkatan Ketrampilan Pembuatan Desain Kemasan serta Pemanfaatan Media Promosi dan Pemasaran *Online* Pada Kube Ash-Shidiqqy dan Pik Abdussalam Jepara. *Techno.COM*, 16(1), 9-16.
- Tairas, D.R. (2020). Covid-19 pandemic and MSMEs: Impact and mitigation. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 9(1), 67–80.
- Wibawa, M. B, dan Fahrizal. (2019). Pelatihan *ECommerce* Bagi UMKM Aceh *E-commerce Training for Aceh SMES. Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UUI*, 1(2), 6-9.