

Pendampingan Peran Digital Marketing dan Pemasaran dalam Upaya Keberlangsungan Hidup pada UMKM yang tergabung dalam SiBakul

Anandita Zulia Putri⁽¹⁾, Lulu Amalia Nusron⁽²⁾, Zidni Husnia Fachrunnisa⁽³⁾, Ningrum Pramudiati⁽⁴⁾, Rahandhika Ivan Adyaksana⁽⁵⁾

^{1,2,3,4,5} Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas PGRI Yogyakarta

Email: anandita.zp@upy.ac.id

ABSTRACT

MSMEs in Yogyakarta are growing rapidly because Yogyakarta is one of the city's tourist destinations and is known as a student city and a city of culture. One obstacle for MSMEs is financing to obtain expansion and marketing capital that has not been maximized. SiBakul is an MSME collection data system so that registered MSME development can be more focused. The Service Team provides guidance and direction related to the digital marketing system and MSME financing. This marketing system aims to expand the MSME market and fostering the submission of a financing system aims to encourage MSMEs to be able to expand. This coaching activity is carried out for 1 month and consists of activities for developing a digital marketing system, financing education, directing MSMEs to apply for financing, and the last stage is the evaluation stage. Based on the evaluation results conducted by the service team, many MSME actors have started selling online or digital marketing to increase their sales reach. Regarding financing, based on the evaluation results, many MSMEs apply for financing credit from legal financial institutions so that they have a positive impact on sales because the products sold are more varied. The service team also distributed questionnaires and open interviews related to the achievements of the programs that had been carried out. The results of the interview stated that the program that had been carried out by the service team had a positive impact on the survival of MSMEs.

ABSTRAK

UMKM di Yogyakarta marak berkembang dengan pesat karena di Yogyakarta merupakan salah satu kota destinasi wisata masyarakat serta dikenal dengan kota pelajar dan kota budaya. Salah satu kendala UMKM adalah terkait dengan pembiayaan untuk memperoleh modal ekspansi dan pemasaran yang belum maksimal. SiBakul adalah sistem data kumpulan UMKM agar pembinaan UMKM yang terdaftar dapat lebih terarah. Tim Pengabdian melakukan pembinaan dan pengarahan terkait dengan sistem digital marketing dan pembiayaan UMKM. Sistem marketing ini bertujuan untuk memperluas pasar UMKM dan pembinaan pengajuan sistem pembiayaan bertujuan untuk mendorong UMKM agar dapat melakukan ekspansi. Kegiatan pembinaan ini dilakukan selama 1 bulan, yang terdiri dari kegiatan pengembangan sistem digital marketing, edukasi pembiayaan, pengarahan UMKM untuk mengajukan pembiayaan, dan tahap terakhir adalah tahap evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim pengabdian para pelaku UMKM sudah banyak yang mulai melakukan penjualan secara online atau digital marketing sehingga dapat meningkatkan jangkauan penjualan. Terkait dengan pembiayaan, berdasarkan hasil evaluasi banyak UMKM pengajuan kredit pembiayaan ke lembaga pembiayaan legal sehingga memberikan dampak positif kepada penjualan karena produk yang dijual lebih bervariasi. Tim pengabdian juga melakukan penyebaran kuesioner dan wawancara terbuka terkait dengan pencapaian program yang sudah dilakukan. Hasil dari wawancara menyatakan bahwa program yang sudah dilakukan tim pengabdian memberikan kontribusi nyata bagi kelangsungan hidup UMKM.

Kata kunci: Pemasaran, Pembiayaan, SiBakul, Digital

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral. Namun Jenis UMKM masih kurang di kenal oleh masyarakat luas; sehingga berdampak pada pemasaran produk yang mereka hasilkan (Pelipa & Marganingsih, 2020). Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta (DISKOP UKM DIY) merupakan salah satu Kedinasan yang memiliki tugas membantu Gubernur untuk melaksanakan urusan pemerintahan bidang koperasi dan usaha kecil menengah baik melalui perumusan program, pelaksanaan kerja sama, pembinaan, perlindungan, pemasaran dan pengembangan, pelayanan umum, serta pemberdayaan sumber daya dan mitra kerja bidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. DISKOP UKM DIY mengeluarkan satu data KUKM DIY yaitu SiBakul Yogyakarta yang menaungi kegiatan Pembinaan Koperasi dan UKM di wilayah DIY wajib terintegrasi dengan sistem data SiBakul Jogja sehingga kegiatan pembinaan koperasi maupun UMKM dapat diarahkan secara efektif dan berdampak (www.sibakuljogja.jogjaprovo.go.id). Upaya meningkatkan perekonomian masyarakat salah satunya ialah melalui pemberdayaan UMKM. Keberadaan UMKM telah terbukti memiliki sumbangsih bagi perekonomian nasional (Saleh & Hadiyat, 2016) dan (Pelipa & Marganingsih, 2020).

Selama pandemi Covid-19, tidak sedikit UMKM yang mengalami penurunan laba bahkan ada juga yang mengalami kebangkrutan. Hal ini disebabkan oleh kebijakan pemerintah yang menerapkan pembatasan kegiatan dan sosial untuk mengurangi penyebaran Covid-19 di Indonesia. Setelah 2 tahun berlalu, saat ini UMKM di Indonesia mulai bangkit. Pelaku UMKM sudah bisa beraktivitas normal seperti sebelum pandemi dengan syarat sudah melakukan vaksinasi dan tetap menjaga jarak dan menerapkan protokol kesehatan. Menurut laporan pemerintah per tanggal 30 Agustus 2022, jumlah masyarakat yang sudah divaksinasi dosis pertama sebanyak 203.351.498 atau setara 86,66 persen dari total target sasaran vaksinasi. Sementara itu, jumlah masyarakat yang sudah disuntik vaksin Covid-19 dosis kedua sebanyak 170.922.826 atau 72,84 persen. Kemudian, masyarakat yang sudah disuntik vaksin dosis ketiga atau penguat (booster) yaitu 60.506.778 atau 25,78 persen. Adapun yang sudah mendapat vaksinasi dosis keempat yaitu 296.137 orang atau secara dengan 20,16 persen (www.bps.go.id).

Dampak dari pandemi Covid-19 yang berlangsung selama 2 tahun ini adalah segala sesuatu aktivitas masyarakat terbiasa dilakukan secara daring/ online. Salah satunya adalah masyarakat telah merasakan keuntungan ketika berbelanja secara online menggunakan

platform website, media sosial, dan *e-commerce*. Masyarakat cukup menggunakan *handphone* untuk mengakses pasar digital; melakukan pemesanan barang; melakukan pembayaran; dan menunggu barang diantarkan oleh kurir. Kebiasaan baru masyarakat ini cukup menjadi masalah bagi UMKM yang belum mengenal dan memanfaatkan teknologi sebagai media bisnis. Bagi perusahaan besar, perubahan pola bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi ini tidak terlalu mengalami kendala dikarenakan dengan karakteristik perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang cukup baik. Namun, bagi UMKM proses digitalisasi ini akan membutuhkan banyak persiapan (Idah & Pinilih, 2019). Selain itu, beberapa UMKM juga mengalami kehabisan modal karena modal yang seharusnya diputar menjadi terpakai untuk biaya hidup selama pandemi.

Dalam menghadapi kebiasaan baru setelah pandemi Covid 19 membutuhkan berbagai ilmu manajemen serta akuntansi untuk mendukung aktivitas bisnis UMKM. Bidang akuntansi yang terdiri dari akuntansi keuangan terkait pelaporan keuangan, perhitungan, dan penganalisisan data biaya yang dapat menunjang UMKM efektivitas bisnisnya. Oleh karena itu, dengan adanya pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata pada UMKM yang terdaftar di SiBakul Jogja. Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM ialah terkait dengan modal yang masih sangat terbatas. Keterbatasan modal merupakan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM termasuk kelompok UMKM yang tergabung dalam SiBakul. Keterbatasan modal ini menjadi hambatan untuk UMKM mengembangkan usahanya, sehingga dibutuhkan modal yang cukup untuk pengembangannya. Selain itu masih banyak UMKM yang belum memahami terkait lembaga pembiayaan sehingga dikhawatirkan ketika UMKM membutuhkan modal dapat terjatuh dalam lembaga pembiayaan ilegal yang marak terjadi akhir-akhir ini. Permasalahan lain ialah terkait dengan para pelaku UMKM yang masih belum begitu melek teknologi sehingga pemasarannya masih terbatas offline.

Tim pengabdian berdiskusi dengan para pemilik UMKM dan bersama-sama mencari solusi terkait permasalahan yang dialami oleh UMKM di Yogyakarta. Pengabdian ini dilakukan karena berdasarkan informasi dari Dinas UMKM serta informasi dari media sosial ada program SiBakul yang menaungi UMKM yang ada di Yogyakarta sehingga dibutuhkan pembinaan terkait dengan pembiayaannya. Selain itu UMKM juga membutuhkan pembinaan atas pemasaran agar UMKM yang ikut dalam SiBakul lebih memanfaatkan *digital marketing* sekaligus menambah wawasan SDM dari UMKM tersebut agar bisa mengembangkan UMKM untuk berjalan mandiri. Metode penyelesaian masalahnya yaitu dengan cara tim pengabdian melakukan pembinaan secara langsung ke UMKM yang membutuhkan pembinaan terkait dengan pembiayaan dan digital marketing, serta UMKM diwajibkan untuk mengikuti program

dari Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta secara berkelanjutan. Selain itu tim pengabdian juga membuat video yang lebih menarik terkait dengan tips dan trik mengenai pembiayaan dan pemasaran di UMKM melalui media online yang bisa menarik perhatian dari pelaku UMKM untuk menonton. Tim pengabdian berusaha memberikan cara yang lebih santai namun tetap menarik.

Solusi untuk permasalahan yang kedua adalah memberikan edukasi kepada pelaku UMKM terkait pembiayaan modal usaha. Tim pengabdian membagi ke dalam beberapa pertemuan untuk memberikan penyuluhan dan pembinaan terkait pembiayaan. Tim pengabdian memberikan pendampingan terhadap pencatatan transaksi harian sampai pada pembuatan laporan keuangan sederhana untuk UMKM. Kemudian, tim pengabdian membantu UMKM untuk membuat syarat administrasi pengajuan pembiayaan ke bank jika UMKM memerlukan bantuan tambahan modal.

METODE

Metode pengabdian yang digunakan oleh tim pengabdian terangkum sebagai berikut:

1. Pengembangan Sistem *digital marketing* pada UMKM

Tim pengabdian melakukan pembinaan pada UMKM dalam peningkatan penggunaan sistem *digital marketing* dengan tujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Alokasi waktu pembinaan kurang lebih 1 bulan dengan alokasi waktu perminggu 1 kali pertemuan dan setiap pertemuan kurang lebih 2-3 jam. Total dalam pengembangan sistem *digital marketing* 4 kali pertemuan.

2. Edukasi Pembiayaan UMKM

Tim pengabdian melakukan pengenalan pembiayaan sektor Usaha Kecil Menengah. Penyampaian edukasi ini dilakukan agar pelaku UMKM melek lembaga pembiayaan keuangan formal dan terhindar dari pinjaman ilegal baik yang bersifat *offline* maupun *online*. Alokasi waktu kurang lebih 1 bulan dengan kisaran waktu setiap pembinaan sekitar 2-3 jam per/minggu. sehingga total pertemuan untuk edukasi pembiayaan UMKM dalam 1 Bulan adalah 4 kali pertemuan.

3. Pendampingan Pengajuan Pembiayaan UMKM

Setelah diberikan edukasi definisi pembiayaan, jenis-jenis pembiayaan, dll tim pengabdian melakukan pendampingan bagi UMKM yang ingin mengajukan pembiayaan untuk modal usaha. Alokasi waktu kurang lebih 1 bulan dengan kisaran waktu setiap pendampingan 2 jam per/minggu.

4. Evaluasi

Evaluasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM yang sudah diberikan pelatihan dan pembekalan dapat menerima manfaat dan paham terkait dengan *digital marketing* serta strategi pembiayaan UMKM. Alokasi waktu kurang lebih 1 minggu. Teknik evaluasi yang dilakukan ialah dengan melakukan diskusi langsung dengan kelompok UMKM SiBakul dan mengevaluasi progres pencapaiannya. Tim pengabdian meminta laporan penjualan sederhana dan membandingkan dengan sebelum adanya pengabdian dan setelah adanya pengabdian. Terkait dengan digital marketing, tim pengabdian juga melihat capaian progress penggunaan media sosial sebagai sarana penjualan apakah mengalami peningkatan atau tidak. Selain itu tim pengabdian juga melakukan penyebaran kuesioner dan wawancara terbuka dengan pelaku UMKM terkait dengan program yang sudah diberikan.

Lokasi dan sasaran peserta kegiatan pengabdian ini adalah para pelaku UMKM yang ada di Yogyakarta yang tergabung dalam program SiBakul Yogyakarta. Peserta pelatihan memiliki usia yang bervariasi mulai dari 15 tahun sampai 65 tahun. Materi pendampingan menggunakan metode ceramah, diskusi santai, dan diakhiri dengan evaluasi di setiap kegiatan yang dilakukan. Dengan adanya evaluasi kegiatan ini diharapkan UMKM bisa lebih terpantau terkait dengan progres dan capaiannya.

Pengabdian ini memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana proses pembiayaan untuk UMKM dan *digital marketing* agar UMKM bisa bertahan menghadapi tantangan di era digital ini. UMKM harus mampu bersaing dengan semakin maraknya produk-produk UMKM yang ada dengan pola pikir yang kreatif serta inovatif terutama dalam hal pemasaran agar produk lebih dikenal tidak hanya di Yogyakarta saja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

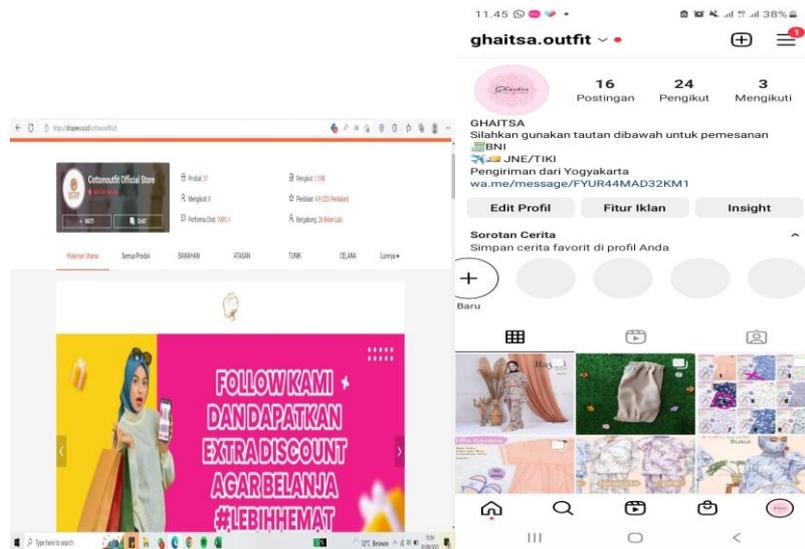
1. Pengembangan sistem digital marketing pada UMKM

Kegiatan ini dilakukan dengan menyampaikan materi terkait pentingnya penggunaan sistem *digital marketing* dengan tujuan untuk membentuk kesadaran pelaku UMKM atas pentingnya digitalisasi marketing terlebih di masa sekarang. Kegiatan selanjutnya dilakukan dengan memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam penggunaan media sosial. Media sosial dipilih untuk melakukan

marketing secara digital karena melihat pengguna media sosial yang sangat luas dan tersedia fitur untuk melakukan promosi. Media sosial yang digunakan yakni media sosial yang banyak digunakan di kalangan masyarakat seperti instagram dan tik tok. pendampingan dilakukan selama 4 kali dengan pembinaan sekitar 2-3 jam per/minggu. Kegiatan pendampingan yang dilakukan berupa; pembuatan akun bisnis untuk instagram dan tik tok, mengelola akun, membuat konten promosi, dan melakukan promosi produk.

Kemudian, tim pengabdian mendampingi para UMKM untuk membuat anggaran iklan untuk promosi di setiap media sosial yang sudah ada. Tim pengabdian mulai memuat produk dan mengatur budget iklan yang akan dibebankan untuk promosi di media sosial. Selanjutnya, tim pengabdian melakukan observasi penjualan melalui sosial media yang ada.

Berikut adalah beberapa contoh UMKM yang menggunakan media sosial untuk media promosi:



Gambar. 1 Contoh UMKM yang sudah menggunakan media sosial

2. Edukasi Pembiayaan UMKM

Berangkat dari keluhan pelaku UMKM yang kehabisan modal pasca pandemi dan cukup kesulitan untuk bisa bangkit kembali, tim pengabdian berinisiatif untuk melakukan pengenalan terkait pembiayaan sektor UMKM yang telah terdaftar resmi dan diawasi oleh OJK. Seperti yang kita ketahui, selama 2 tahun pandemi ini banyak sekali lembaga-lembaga swasta/ perorangan yang menyediakan pinjaman online dengan syarat sangat mudah namun bersifat ilegal. Hal ini dikhawatirkan dapat

menjerumuskan pelaku UMKM yang masih awam. Masih banyak juga pelaku UMKM yang mengalami kesulitan untuk mendapatkan akses kredit dari bank atau lembaga keuangan formal lainnya, baik karena kendala teknis sebagai contoh tidak memiliki/tidak cukup agunan, maupun kendala non teknis misalnya keterbatasan akses informasi ke bank. Dari sisi pengembangan usaha, pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan informasi mengenai pola pembiayaan untuk komoditas tertentu. Di sisi lain, perbankan juga membutuhkan informasi tentang komoditas yang potensial untuk dibiayai. Oleh karena itu, tim pengabdian mulai mengenalkan apa itu pembiayaan, jenis pembiayaan, UMKM yang bisa dibiayai, dan lain-lain sesuai dengan kebutuhan UMKM tersebut (www.bi.go.id). Tim pengabdian berharap dengan adanya edukasi pembiayaan ini pelaku UMKM mampu meningkatkan permodalan dan pengembangan usaha yang dapat mendongkrak perekonomian daerah. Alokasi waktu kurang lebih 1 bulan dengan kisaran waktu setiap pembinaan sekitar 2-3 jam per/minggu, sehingga total pertemuan untuk edukasi pembiayaan UMKM dalam 1 bulan adalah 4 kali pertemuan.

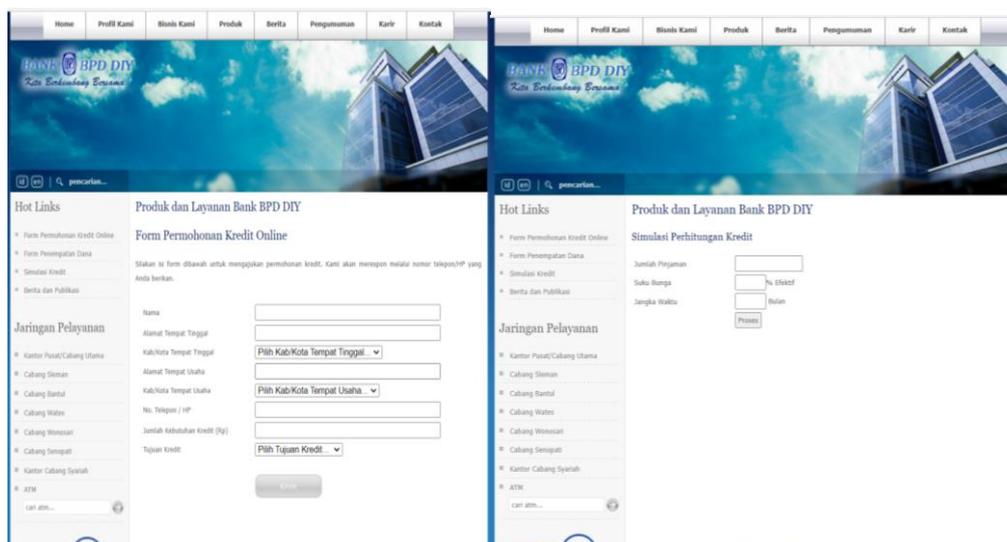
berikut merupakan beberapa foto kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan UMKM.



Gambar 2. Edukasi pembiayaan UMKM

3. Pendampingan Pengajuan Pembiayaan UMKM

Pada sesi ini, tim pengabdian melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM terkait alur pengajuan pembiayaan ke lembaga keuangan/ perbankan. Pertama, pelaku UMKM perlu mendapatkan pengetahuan tentang pola pembiayaan untuk komoditas tertentu. Bank Indonesia telah menyediakan 106 judul buku pola pembiayaan dimana pelaku UMKM bisa memanfaatkannya sesuai dengan kategori jenis usaha (www.bi.go.id). Kedua, pengabdian menjelaskan alur pengajuan kredit dari salah satu lembaga keuangan daerah yaitu Bank BPD DIY. Pelaku UMKM bisa melakukan simulasi pengajuan pembiayaan dengan mengisi form permohonan kredit online dan simulasi perhitungan kredit. Setelah mengisi form permohonan kredit, pelaku UMKM bisa melengkapi berkas pengajuan berupa data diri dan dokumen penunjang usaha seperti surat keterangan usaha, rekening koran transaksi usaha 3 bulan terakhir, serta catatan keuangan sederhana bagi usaha mikro. Setelah melengkapi berkas, pelaku UMKM bisa mengajukannya ke bank dan akan masuk dalam tahap cek dokumen. Pihak bank akan melakukan survei lokasi dan keadaan calon nasabah/ pelaku UMKM tersebut dan melakukan analisa kredit. Waktu proses kredit kurang lebih 2 minggu - 1 bulan tergantung dari antrian pengajuan kredit yang masuk ke bank. Jika pengajuan kredit disetujui, maka akan dilanjutkan proses pencairan dana kredit. Namun, jika tidak disetujui, maka berkas pengajuan kredit akan dikembalikan kepada calon nasabah/ pelaku UMKM tersebut. Alokasi waktu kurang lebih 1 bulan dengan kisaran waktu setiap pendampingan 2 jam per/minggu.



Gambar 3. Platform pembiayaan UMKM

4. Evaluasi

Pada akhir kegiatan pengabdian, tim pengabdian meminta laporan evaluasi jumlah produk yang terjual per hari, omset per hari yang didapatkan, dan biaya iklan yang dibebankan kepada produk setiap bulannya. Laporan bulanan ini diperlukan tim pengabdian agar pemasaran dengan sistem digital marketing yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan efisiensi serta efektivitas dari proses bisnis tetap tercapai. Kemudian, tim pengabdian meminta laporan keuangan yang sudah dibuat dan sudah sesuai dengan proses pendampingan untuk tim pengabdian lakukan evaluasi kembali. Jika laporan keuangan ini akan dibutuhkan, laporan keuangan sudah siap untuk diajukan ke bank sebagai lampiran proses pembiayaan saat UMKM memerlukan proses penambahan pembiayaan. Melalui proses pengajuan pembiayaan yang telah disimulasikan dan laporan keuangan sederhana yang telah dibuat, UMKM dapat meneruskan untuk menjalankan proses pemasaran digital dengan mandiri dan dapat mengajukan penambahan pembiayaan secara mandiri.

Teknik evaluasi yang tim pengabdian lakukan ialah melakukan diskusi secara langsung dan melihat hasil laporan keuangan sederhana yang dibuat oleh UMKM. Selain itu tim pengabdian juga memantau penjualan yang dilakukan UMKM baik secara online maupun offline. Terkait penjualan online memang masih baru sehingga perlu di evaluasi lanjutan terkait dengan progresnya yaitu dengan terus memantau perkembangan penjualan online. Tim pengabdian juga membuka sarana diskusi dengan menggunakan media WhatsApp jika UMKM membutuhkan konsultasi. Berdasarkan hasil survey lapangan banyak UMKM yang penjualan produknya meningkat dari adanya penjualan online. Terkait permasalahan terbatasnya modal UMKM, dengan adanya pengabdian ini banyak UMKM yang sekarang sudah bisa melakukan pengajuan pinjaman untuk perluasan usaha sehingga produk yang dijual juga lebih bervariasi dan memberikan dampak positif pada penjualan. Tim pengabdian terus melakukan pemantauan sampai saat ini agar dapat memastikan bahwa program yang sudah dilakukan dapat memberikan kontribusi nyata bagi UMKM yang tergabung dalam SiBakul. Tahapan akhir untuk indikator pencapaian terkait dengan keberhasilan program, tim pengabdian melakukan penyebaran kuesioner yang didalamnya ada pertanyaan tertutup dan terbuka yang harus dijawab oleh UMKM SiBakul. Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM sangat

terbantu dengan adanya pengabdian ini. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan penjualan, banyak UMKM yang sudah mulai memperluas pangsa pasar dengan melakukan penjualan online, serta UMKM yang awalnya kesulitan dalam pembiayaan kini sudah mulai banyak yang mengajukan pinjaman kredit di bank yang khusus untuk UMKM.

KESIMPULAN

Tim pengabdian melakukan membangun sinergi UMKM yang ada di Yogyakarta memberikan dampak yang signifikan bagi kelangsungan hidup UMKM. UMKM yang tergabung dalam SiBakul sangat antusias untuk mengikuti setiap rangkaian kegiatan yang dapat menunjang keberlangsungan hidup UMKM. UMKM yang tergabung dalam SiBakul berdasarkan dari evaluasi akhir sudah memahami konsep dari pengelolaan pembiayaan, strategi pembiayaan dan sudah mulai terbiasa menggunakan teknologi terkait dengan *system digital* marketing. Pendampingan dan pembinaan terhadap UMKM terus dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan agar UMKM dapat bertahan menghadapi kondisi pasca pandemi dan memberikan kontribusi bagi Yogyakarta.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada UMKM yang tergabung dalam SiBakul Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian untuk memberikan pendampingan terkait dengan pembiayaan dan *digital marketing*, sehingga program-program yang diberikan berjalan dengan lancar. Tim pengabdian juga mengucapkan terimakasih kepada Program Studi Akuntansi Universitas PGRI Yogyakarta yang telah memberikan dukungan sehingga pengabdian ini bisa berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Idah, Y, M, dan Pinilih, M. 2019. Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. Prosiding Seminar Nasional dan Call For Papers. 19-20 November 2019.
- Indonesia, B. 2022. www.bi.go.id, diakses tanggal 10 Agustus 2022
- Jogja, Prof. 2022. www.sibakuljogja.jogjaprovo.go.id, diakses tanggal 15 Agustus 2022.
- Salah, B, dan Hadiyat, Y, D. 2016. Penggunaan Teknologi Informasi di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Daerah Perbatasan. Jurnal Pekommas, Vol. 1, No. 2, 141-152.

Pelipa, E, D, dan Maraningsih, A. 2020. Pelatihan *E-Commerce* Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Sintang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Katulistiwa. Vol. 3, No. 2. 94-105.

Statistik, B, P. 2022. www.bps.go.id, diakses tanggal 14 Agustus 2022