

## **DAMPAK DIGITAL TEKNOLOGI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM**

WATI ARIS ASTUTI<sup>1\*</sup>, SINDYANA PUTRI WULANDARI<sup>2</sup>

Program Studi Akuntansi<sup>1,2</sup>

Universitas Komputer Indonesia

Jl. Dipati Ukur No. 112-116, Bandung 40132

\*e-mail: wati.aris.astuti@email.unikom.ac.id

### **ABSTRACT**

*Digitization for UMKM actors is a fairly important issue, because UMKM must be able to adapt to rapid technological developments. The limited flexibility of UMKM during this pandemic makes it increasingly difficult to develop. For this reason, it is necessary to hasten the digitization of the UMKM. With this digital transformation, it is hoped that it can help UMKM to survive and develop more. With digital technology, it will make it easier for UMKM business players to communicate and provide information faster which has the impact of making it easier to introduce and market the products or services they produce and expand market share. From the financial side, digital technology is very promising in increasing their business income, especially for business players such as Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) who are still pioneering and do not have large capital to develop their business. This will have an impact on the income of UMKM by using digital technology in marketing their products online.*

**Key words:** *UMKM, Digital Technology and Income*

### **ABSTRAK**

*Digitalisasi cukup penting bagi pelaku UMKM, karena UMKM harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang pesat. Oleh karena itu, perlu dilakukan percepatan digitalisasi UMKM tersebut. Transformasi digital ini diharapkan dapat membantu UMKM bertahan dan berkembang. Dengan digital teknologi akan memudahkan para pelaku bisnis UMKM dalam melakukan komunikasi dan informasi yang lebih cepat yang memudahkan penyajian dan pemasaran produk atau jasa yang dihasilkan serta memperluas pangsa pasar. Dari sisi keuangan, digital teknologi sangat menjanjikan dalam meningkatkan pendapatan usaha, khususnya bagi para pengusaha seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang masih pionir dan belum memiliki modal yang banyak untuk mengembangkan usahanya. Hal ini akan berdampak pada pendapatan UMKM dengan menggunakan digital teknologi dalam memasarkan produknya secara online.*

**Kata kunci:** *UMKM, Digital Teknologi dan Pendapatan*

## PENDAHULUAN

Peran UKM dalam perekonomian nasional sangat penting (Atmaja, dkk, 2019:138). Pada kurun waktu 2015-2019 jumlah UKM mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana pada tahun 2015 jumlah UKM sebanyak 59.262.772 unit dan pada tahun 2019 jumlah UKM sebanyak 65.65.97 unit. investasi juga meningkat. Unit usaha UMKM didominasi oleh usaha mikro, sebanyak 6.601.353 atau 98,67 persen dari usaha mikro pada tahun 2019. Pada saat yang sama ada 798.679 (1,22 persen) dan 65.65 unit (0,10 persen) usaha kecil dan menengah, masing-masing. Dibandingkan dengan perusahaan besar, pangsa unit UMKM lebih tinggi dibandingkan dengan unit usaha besar. Dari tahun 2015 hingga 2019, terlihat bahwa unit usaha UMKM menyumbang 99,99 persen dari total unit usaha setiap tahunnya, dan sisanya 0,01 merupakan unit usaha besar (Dirjen Kekayaan Negara, 2021).

Tantangan yang dihadapi UKM di Indonesia adalah perkembangan teknologi yang berkembang begitu pesat (Setiawan, 2017:1). UKM harus beradaptasi dengan teknologi untuk menjangkau lebih banyak pasar. Kebiasaan konsumsi masyarakat yang lebih memilih berbelanja online memaksa para pelaku UKM untuk berinovasi melalui belanja online. Pentingnya transformasi digital untuk UKM tidak dapat dilebih-lebihkan. Tidak hanya sebagai platform penjualan, tetapi juga untuk fungsi bisnis seperti pemasaran, penjangkauan pelanggan, informasi produk, retensi pelanggan, dan layanan pelanggan. Sebuah studi yang dilakukan (Hadion, 2020:83) menyatakan bahwa berjejaring, berkomunikasi dengan pelanggan dan mempresentasikan produk atau layanan perusahaan memerlukan rencana pemasaran digital yang baik.

Digitalisasi teknologi merupakan upaya untuk mengkomersialkan barang atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan digitalisasi pemasaran, pasar barang atau jasa yang mereka tawarkan lebih dikenal luas dan memiliki banyak pihak yang berkepentingan

(Harto, 2019:44). Setiap orang sangat membutuhkan pelayanan yang baik, walaupun secara umum dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia (Nurhadi, 2020:77). Banyak pemasar menggunakan media sosial yang ada seperti Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp dll. untuk mempromosikan produk atau layanan mereka. Ada juga yang berafiliasi dengan marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dll. Selain biaya yang murah dan tidak perlu keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih (engage) calon konsumen (Afrilia, 2018:156).

Tangturaos merupakan salah satu pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang bergerak di bidang kuliner yang mampu bertahan menghadapi dampak negatif dari pengembangan di dunia kuliner dan kemajuan teknologi yang mendukungnya. UMKM Tangturaos berdiri pada tahun 2017 hingga saat ini dan makanan yang dijual adalah makanan tradisional yaitu nasi bakar komplit, mie ayam, cilok cekeur kuah ayam, mie godog.

Permasalahan yang terjadi pada UMKM Tangturaos dalam memasarkan produk yang dihasilkan sehingga pengusul PKM akan memberikan masukan kepada pengelola UMKM untuk memberdayakan potensi UMKM. Permasalahan yang dihadapi UMKM Tangturaos terletak pada penjualan dimana daya beli masyarakat menurun, dengan adanya protokol kesehatan dan sedikit interaksi fisik yang menghambat penjualan, kualitas sumber daya yang masih gagap dengan teknologi digital. Selain itu, masih cukup banyak konsumen yang belum mampu menggunakan teknologi internet serta kurangnya pengetahuan untuk menjalankan usaha secara online.

Dari permasalahan tersebut diatas, tujuan utama pengusul PKM memberikan masukan dalam memanfaatkan digital teknologi untuk memasarkan produknya sehingga pendapatan UMKM akan meningkat (Suprayogi, 2019:23) dengan mengenalkan aplikasi penjualan yang akan dijadikan media

UMKM untuk memasarkan produknya. Teknik pemasaran melalui digital teknologi atau sosial media akan membuat UMKM memiliki peluang untuk memperkenalkan produknya sekaligus memperluas akses pasar melalui pemanfaatan digital teknologi, meskipun pada saat pandemic ini adanya protocol kesehatan. Keterbatasan pengetahuan sumber daya dalam UMKM sehingga dibutuhkan peningkatan pengetahuan dalam pembuatan laporan keuangan dengan program memberikan penyuluhan pembuatan laporan keuangan yang akan meningkatkan keahlian dalam membuat laporan keuangan dengan baik, sehingga kenaikan pendapatan UMKM akan terlihat (Helmalia, 2018:245).

Permasalahan-permasalahan tersebut akan menjadi acuan bagi tim pengusul dalam melakukan masukan dan penyuluhan sehingga harapan untuk mengembangkan usaha para pelaku UMKM dapat terealisasi. Penyelesaian masalah berdasarkan skala prioritas dan kebutuhan mitra. Berikut dokumentasi kegiatan proses produksi makanan UMKM Tangturaos di jalan Dieng Raya nomer 57 Pharmindo Bandung.



Gambar 1. Produk UMKM Cilok Ceker



Gambar 2. Produk UMKM Nasi Bakar

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini menggunakan metode ceramah, diskusi informasi dan mengikuti praktik langsung untuk menyelesaikan masalah pasangan. Tujuan dari materi kuliah dan ceramah informatif ini adalah untuk memberikan informasi yang bermakna tentang berbagai peluang bisnis melalui teknologi digital. Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam memasarkan produknya. Hal ini perlu dilakukan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan komputer dan jaringan internet.



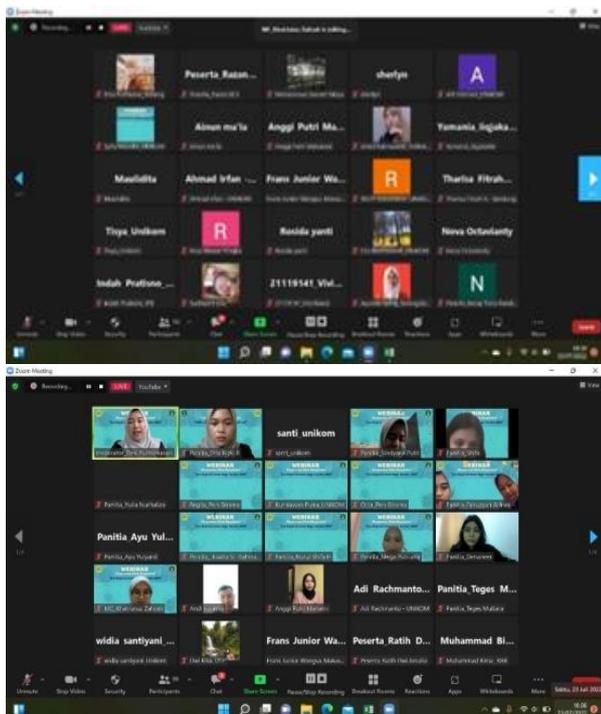
Gambar 3. Logo UMKM



Gambar 4. Flyer Webinar

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan P2M

Masalah	Solusi	Tahapan Pelaksanaan
Dengan adanya protocol kesehatan menyebabkan daya beli masyarakat menurun	Dalam melakukan penjualan produk dilakukan dengan menggunakan digital teknologi dengan media social yang sudah ada dengan harapan lebih meluasnya jangkauan pangsa pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan koordinasi dengan pelaku UMKM untuk menentukan jadwal pelaksanaan pemaparan materi</li> <li>- Komitmen kehadiran pelaku UMKM melalui webinar agar kegiatan ini memberikan manfaat</li> <li>- Meminta kepada pelaku UMKM menyediakan fasilitas jaringan internet yang baik</li> </ul>
Kualitas Sumber Daya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan materi pembuatan laporan keuangan yang baik</li> <li>- Dengan adanya laporan keuangan akan diketahui pendapatan UMKM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan koordinasi dengan pelaku UMKM untuk menentukan jadwal pelaksanaan pemaparan materi</li> <li>- Komitmen kehadiran pelaku UMKM melalui webinar agar kegiatan ini memberikan manfaat</li> <li>- Meminta kepada pelaku UMKM menyediakan fasilitas jaringan internet yang baik</li> </ul>



Gambar 5. Pelaksanaan Webinar

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu masyarakat khususnya para peserta disampaikan melalui observasi langsung dan hasil survei kepuasan kegiatan. Berdasarkan pengamatan langsung peserta pelatihan selama kegiatan, kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan respon peserta dan tanggapan antusias dari peserta dengan pertanyaan dan terima kasih telah mengikuti kegiatan yang dapat menambah pemahaman dan pengetahuan mereka.

Hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner disajikan pada tabel di bawah ini. Tingkat kepuasan terhadap pelayanan masyarakat diartikan sebagai hasil pendapat atau tanggapan dari penerima pelayanan masyarakat. Ada 11 (sebelas) ukuran kepuasan peserta pelayanan publik.

Tabel 1.1 Kemudahan Teknologi Digital Untuk Pengelolaan UMKM

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Penggunaan fasilitas teknologi digital memudahkan untuk pengelolaan UMKM.				9	13	1-5	4,59	Sangat Setuju

Keterangan		
Sangat Setuju	Tidak Setuju	1,00 – 1,80
Tidak Setuju	Setuju	1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata skor indikator tersebut sebesar 4,59 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Artinya UKM sangat setuju bahwa penggunaan perangkat teknologi digital mempermudah menjalankan usaha kecil dan menengah.

Tabel 1.2 Teknologi Digital Memperluas Jangkauan Bisnis

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Teknologi digital dapat memperluas jangkauan bisnis di masa pandemi				8	14	1-5	4,63	Sangat Setuju

Keterangan		
Sangat Setuju	Tidak Setuju	1,00 – 1,80
Tidak Setuju	Setuju	1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor indikator tersebut adalah 4,63 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti para UMKM sangat setuju bahwa teknologi digital dapat memperluas jangkauan bisnis di masa pandemi.

Tabel 1.3 Teknologi Digital Membantu Pelayanan Bagi Konsumen

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Teknologi digital membantu UMKM dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen			1	9	12	1-5	4,5	Sangat Setuju

Keterangan		
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	1,00 – 1,80
Tidak Setuju	Setuju	1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.3 di atas terlihat bahwa rata-rata skor indikator tersebut adalah 4,5 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti para UMKM sangat setuju bahwa teknologi digital dapat membantu UMKM dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.

Tabel 1.4 UMKM memiliki Posisi Persaingan yang Kuat dengan Teknologi Digital

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Teknologi digital dapat membuat UMKM memiliki posisi yang kuat dalam persaingan			1	14	7	1-5	4,22	Sangat Setuju

Keterangan		
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	1,00 – 1,80
Tidak Setuju	Setuju	1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.4 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor indikator tersebut adalah 4,22 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti para UMKM sangat setuju bahwa teknologi digital dapat membuat UMKM memiliki posisi yang kuat dalam persaingan.

Tabel 1.5 Tingkat Kepercayaan Produk dengan Penggunaan Teknologi Digital

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Teknologi digital membuat produk UMKM lebih di percaya			5	9	8	1-5	4,09	Setuju

Keterangan		
Sangat Tidak Setuju		1,00 – 1,80
Tidak Setuju		1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.5 di atas dapat dikatakan bahwa skor indikator tersebut rata-rata 4,09 dan termasuk dalam kategori konsensus. Hal ini berarti para UMKM setuju bahwa teknologi digital dapat membuat produk lebih dipercaya.

Tabel 1.6 Kemudahan Berkomunikasi Dengan Teknologi Digital

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Teknologi digital memudahkan para pelaku bisnis UMKM dalam melakukan komunikasi dengan konsumen				10	12	1-5	4,54	Sangat Setuju

Keterangan		
Sangat Tidak Setuju		1,00 – 1,80
Tidak Setuju		1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.6 di atas terlihat bahwa rata-rata skor indikator tersebut adalah 4,5 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Artinya, UKM sepenuhnya setuju bahwa teknologi digital dapat memudahkan UKM untuk berinteraksi dengan konsumen.

Tabel 1.7 Kemudahan Memasarkan Produk dengan Teknologi Digital

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Adanya teknologi digital memudahkan pelaku UMKM dalam memperkenalkan serta memasarkan produk secara luas				4	18	1-5	4,77	Sangat Setuju

Keterangan		
Sangat Tidak Setuju		1,00 – 1,80
Tidak Setuju		1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.7 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor indikator tersebut adalah 4,77 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti para UMKM sangat setuju bahwa teknologi digital memudahkan pelaku UMKM dalam memperkenalkan serta memasarkan produk secara luas.

Tabel 1.8 Peningkatan Pendapatan dengan Menggunakan Teknologi Digital

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Teknologi digital sangat menjanjikan untuk meningkatkan pendapatan usaha terutama bagi pelaku bisnis UMKM			4	10	8	1-5	4,18	Setuju

Keterangan		
Sangat Tidak Setuju		1,00 – 1,80
Tidak Setuju		1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.8 di atas, dapat dikatakan bahwa rata-rata skor dari indikator-indikator tersebut adalah 4,18 dan termasuk dalam kategori konsensus. Artinya, UKM sepakat bahwa teknologi digital sangat

menjanjikan peningkatan pendapatan usaha, khususnya bagi UKM..

Tabel 1.9 Efisiensi Biaya dengan Menggunakan Teknologi Digital

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Teknologi digital dapat mengefisiens i biaya tenaga kerja dalam pemasaran			1	10	11	1-5	4,40	Sangat Setuju

Keterangan		
Sangat Tidak Setuju	Tidak	1,00 – 1,80
Tidak Setuju		1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.9 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor indikator tersebut adalah 4,40 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti para UMKM setuju bahwa teknologi digital dapat mengefisiensi biaya tenaga kerja dalam pemasaran.

Tabel 1.10 Kemudahan Mengembangkan Bisnis dengan Teknologi Digital

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Teknologi digital memudahkan para pelaku bisnis UMKM terutama yang belum mempunyai modal besar dalam mengembangkan bisnisnya				10	12	1-5	4,54	Sangat Setuju

Keterangan		
Sangat Tidak Setuju	Tidak	1,00 – 1,80
Tidak Setuju		1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.10 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor indikator tersebut adalah 4,5 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Artinya UKM sepakat bahwa teknologi digital memudahkan pelaku UKM, terutama yang tidak memiliki modal besar, untuk mengembangkan usahanya.

Tabel 1.11 UMKM lebih berkembang dengan Teknologi Digital

ITEM KUESIONER	Respon Responden /Kepentingan					Kisaran Skor	Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
Teknologi digital dapat membantu pelaku bisnis UMKM untuk dapat lebih survive serta berkembang			2	10	10	1-5	4,31	Sangat Setuju

Keterangan		
Sangat Tidak Setuju	Tidak	1,00 – 1,80
Tidak Setuju		1,81 – 2,60
Netral		2,61 – 3,40
Setuju		3,41 – 4,20
Sangat Setuju		4,21 – 5,00

Berdasarkan tabel 1.11 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor indikator tersebut adalah 4,31 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini berarti para UMKM setuju bahwa teknologi digital dapat membantu pelaku bisnis UMKM untuk dapat lebih survive serta berkembang.

Berdasarkan hasil kuesioner tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa dengan berkembangnya teknologi digital saat ini diharapkan pendapatan UMKM terus meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugeng (2018) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan media *e-commerce* pada bisnis retail terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Depok. dan penelitian yang dilakukan oleh Sianturi dkk (2018), Amir (2019) menyatakan bahwa pemanfaatan internet atau media sosial ini dapat memberikan respon positif dari konsumen untuk pemasaran secara online.

**KESIMPULAN**

Pelaksanaan kegiatan PKM dari pendapat beberapa pihak diminta untuk diadakan kembali dan menjadi kegiatan rutin setiap tahun nya karena ilmu yang di dapat sangat banyak. Selain itu, pelaksanaan kegiatan PKM ini memberikan dampak yang amat baik bagi perkembangan usaha para pelaku UMKM itu sendiri karena dengan topik

atau materi yang sangat bermanfaat dan memudahkan mereka dalam mengimplementasi di lapangan dalam meningkatkan pendapatan UMKM dengan teknologi yang terus berkembang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ascharisa Mettasatya Afrilia “Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “waroeng Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen” JURKOM, Vol.1 No.1 2018. h. 156.
- [2] Andrianto, Sukrisna, and Hadion Wijoyo. 2020. “Rancang Bangun Sistem Informasi Siswa Berbasis Web Di Sekolah Minggu Buddha Vihara Dharmaloka Pekanbaru.” TIN : Terapan Informatika Nusantara 1(2): 83–90.
- [3] Bambang Suprayogi, S.E.,M.SI. Abdur Razak, S.E., MM. “Implementasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Pemokolan Ciamis” Jurnal Produktif, Vol.3 No.2 2019. H.23.
- [4] Dedy Harto, Sulistya Rini Pratiwi, Muhamad Nur Utomo, Meylin Rahmawati “Penerapan Internat Marketing Dalam Meningkatkan pendapatan UMKM” JPPM, Vol.3 No.1 2019.h.44.
- [5] Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. (2021, Januari 09). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: [www.djkn.kemenkeu.go.id](http://www.djkn.kemenkeu.go.id)
- [6] Helmalia, Afrinawati “Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Usaha Kecil Mikro dan Menengah Kota Padang” JEBI Vol.3 No.2 2018.h.245
- [7] Haryono Sugeng, Nurlaela, Efektifitas Penggunaan Media E-Commerce Terhadap
- [8] Peningkatan Pendapatan UMKM Dilihat Dari Etika Bisnis, 2018.
- [9] Nur Ocvanny Amir, Dewi Mustikawati “Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pedagang Bunga di Desa Sidomulyo Kota Batu”
- [10] Nurhadi. (2020, Juni 1). TEORI KOGNITIVISME SERTA APLIKASINYA DALAM PEMBELAJARAN. Jurnal Edukasi dan Sains, 02, 77-95.
- [11] Octarina Onixtin Sianturi, Wido Praning Tyas, Kajian Kontribusi UMKM Berbasis
- [12] Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan) 4(2), 138.
- [13] Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM
- [14] Wawan Setiawan, Era Digital dan Tantangannya Seminar Nasional Pendidikan, 2017, h.1