



PELATIHAN PEMANFAATAN KECANGGIHAN TEKNOLOGI DALAM PENGEMBANGAN UMKM JIHU BU YUL DI DESA SOGAAN KEC. PAKUNIRAN

Hamidatun Nafisah^{1*}, Khalifatun Silfia²

^{1,2} Universitas Islam Zainul Hasan Genggong.

* Korespondensi Penulis. Email: fida.nafis@gmail.com,

Abstrak

Jual beli online semakin populer di kalangan anak remaja saat ini. Belanja online memudahkan kita membeli suatu barang tanpa harus antri dan berdesak-desakan di toko, pasar atau supermarket. Dan kegiatan belanja online ini memanfaatkan kecanggihan teknologi yang perkembangannya sangat pesat. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah: 1. Mengubah packaging Jihu Bu Yul supaya bisa berbeda dengan Jihu lainnya. 2. Dalam kemasannya dicantumkan sosial media Bu Yul agar konsumen lebih mudah mengenali Jihu milik Bu Yul. 3. Kami membantu Bu Yul mempromosikan Jihunya melalui sosial media agar Jihu milik Bu Yul bisa lebih dikenal masyarakat luas, khususnya para remaja. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah dilaksanakan pada bulan Agustus 2021. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertempat di Desa Sogaan, Kecamatan Pakuniran, Kabupaten Probolinggo. Materi yang disampaikan pada kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah materi Pemanfaatan Teknologi dalam Pengembangan UMKM yaitu dengan cara mengubah packaging dan membantu marketing melalui sosial media. Pada akhir pengabdian diperoleh bahwa 1. Pengetahuan Bu Yul tentang pemanfaatan teknologi telah meningkat. 2. Tanggapan Bu Yul terhadap kegiatan ini sangat positif.

Kata Kunci: jual beli online, UMKM, teknologi informasi.

Abstract

Buying and selling online is increasingly popular among teenagers today. Online shopping makes it easy for us to buy an item without having to queue and jostle in shops, markets or supermarkets. And this online shopping activity takes advantage of technological sophistication, which is developing very rapidly. The objectives of this community service activity are: 1. Changing the packaging of Jihu Bu Yul so that it can be different from other Jihu. 2. The packaging includes Bu Yul's social media so consumers can more easily recognize Bu Yul's Jihu. 3. We are helping Bu Yul promote Jihunya through social media so that Bu Yul's Jihu can be better known to the wider community, especially teenagers. This community service activity was carried out in August 2021. This community service activity took place in Sogaan Village, Pakuniran District, Probolinggo Regency. The material presented in this community service activity is the material on Utilization of Technology in UMKM Development, namely by changing packaging and helping marketing through social media. At the end of the service, it was found that 1. Bu Yul's knowledge of the use of technology had increased. 2. Bu Yul's response to this activity was very positive.

Keywords: buying and selling online, UMKM, information technology.

Keywords: buying and selling online, SMEs, information technology.

PENDAHULUAN

Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya pada tahun 1998. Namun, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan produk domestik bruto.

Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. Berbagai upaya pengembangan UMKM telah dilakukan, salah satunya dengan membangkitkan dan memperbanyak orang atau pengusaha baru di bidang UMKM, sehingga masyarakat desapun diberi keterampilan dengan harapan keterampilan tersebut menjadi sebuah usaha kreatif yang memberi manfaat bagi perekonomian keluarga dan masyarakat desa. Selain itu, usaha kreatif tersebut juga dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat.¹

Desa Sogaan yang berada di wilayah kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo merupakan salah satu Desa yang memiliki potensi dan daya saing kuat atas hasil-hasil UMKMinya, seperti produk kerupuk rengginang, keripik singkong, kerajinan mebel kemudian juga ada potensi desa wisata. Peran pemerintah Desa sangat dibutuhkan untuk mendukung permodalan usaha dari pelaku ekonomi kreatif tersebut. Kemudian, dengan adanya kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh mahasiswa/I Universitas Islam Zainul Hasan Genggog Probolinggo, mahasiswa peserta KKN bisa bekerjasama dan berkontribusi ke Desa dengan melakukan inovasi pengembangan pemanfaatan teknologi Informasi.

Perkembangan teknologi dan pasar bebas di era revolusi industri 4.0 menjadi tantangan bagi Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) harus bisa berinovasi agar terus bertahan.

¹ Wahyudi, S. (2012). Usaha Pengembangan Industri kreatif Desa.M

Derasnya arus informasi, keanekaragaman hasil UMKM dan semakin tingginya kompetisi telah meningkatkan kesadaran konsumen dan pelanggan akan banyaknya produk barang dan jasa yang dapat dipilih. Apabila UMKM tidak segera mengikuti perkembangan dan berinovasi, maka UMKM akan terancam kalah bersaing dan mengalami kerugian. Untuk itu, UMKM perlu membenahi di segala prospek untuk peningkatan mutu dan kualitas barang dan layanan.

Kemajuan teknologi saat ini merupakan suatu kemudahan yang memfasilitasi kegiatan sehari-hari terutama untuk generasi muda saat ini. Namun di sisi lain, kemajuan tersebut menjadi tantangan bagi orang tua yang disebabkan karna minimnya pendidikan mereka. Ketergantungan generasi saat ini dengan teknologi menyebabkan adanya perubahan gaya hidup, tingkah laku, dan pergeseran norma umum. Bahkan dalam memulai usaha saat ini, jual beli online menjadi hal yang sangat lumrah. Trend menggunakan media sosial menjadi hal wajib bagi pemilik usaha untuk mengikutinya. Sehingga tidak heran, jika pada saat ini lebih banyak orang yang memilih belanja online dari pada belanja langsung ke toko atau pasar.²

UMKM merupakan sumber mata pencaharian bagi orang banyak dan mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi mereka yang berpendidikan dan berketerampilan rendah serta mampu mengurangi kemiskinan. Sampai saat ini pun, UMKM dianggap sebagai cara yang edektif dalam menaikkan ingkat perekonomian Indonesia khususnya bagi masyarakat kecil menengah.

Beberapa UMKM di desa Sogaan sangat bergantung kepada pembeli yang biasanya penjualan dilakukan secara konvensional yaitu bergantung pada permintaan user. Apalagi pada masa pandemic Covid-19 yang sudah berlangsung hampir 2 tahun. Maka mau tidak mau, harus dilakukan usaha pengembangan agar hasil usaha UMKM bisa dipasarkan dengan baik dan mengalami peningkatan. Salah satu potensi yang dapat dilakukan adalah dengan pemanfaatan teknologi informasi atau jual beli yang dilakukan secara online. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat bagi UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan pemasarannya.³

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sesuai penjelasan yang terdapat dalam Bab I pasal I Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 adalah:

² "Kecanggihan Teknologi, Manfaat atau Petaka", (<https://parent.binus.ac.id>, diakses pada tanggal 30 Agustus 2021, 09:33)

³ Pradipta, Y. (2018). Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi UMKM Harmoni di desa Kembangan Naki Sukoharjo. (Doctoral Disseratation, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan/badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur oleh Undang-Undang.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung dari Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

UMKM sesuai dengan peraturan undang-undang No 20 Tahun 2008, UMKM jenis mikro adalah usaha milik perseorangan atau badan usaha perorangan yang produktif dan memenuhi kriteria yang ditulis oleh Undang-Undang, UMKM jenis kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang diatur dalam undang-undang. UMKM jenis menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.⁴

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Usaha kecil penting untuk dikaji karena mempunyai peranan yang krusial dalam pertumbuhan ekonomi pada skala nasional dan regional. Hampir 90% dari total usaha yang ada di dunia merupakan kontribusi dari UMKM. Disamping itu, UMKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja. Studi empirik menunjukkan bahwa UMKM pada skala internasional merupakan sumber penciptaan lapangan

⁴ Arief Budhi Dharma. "Strategi pengembangan UMKM" (Yogyakarta: Pohon Tua Pustaka), hal. 35-36.

pekerjaan. Kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran.

Basri, mengemukakan bahwa UMKM di Indonesia dapat bertahan di masa krisis ekonomi disebabkan oleh 4 (empat) hal, yaitu: (1) sebagian UMKM menghasilkan barang-barang konsumsi, khususnya yang tidak tahan lama, (2) Mayoritas UMKM lebih mengandalkan pada non-banking, financing dalam aspek pendanaan usaha, (3) Pada umumnya UMKM melakukan spesialisasi produk yang ketat, dalam arti hanya memproduksi barang atau jasa tertentu saja, dan (4) Terbentuknya UMKM baru sebagai akibat dari banyaknya pemutusan hubungan kerja di sektor formal.

Sebagaimana daerah lainnya di Indonesia, UMKM di desa Sogaan telah berkembang pesat dan menunjukkan peran pentingnya dalam perekonomian masyarakat di daerah ini. Mengingat pentingnya peran UMKM tersebut maka perlu dilakukan kajian lebih jauh mengenai UMKM di desa Sogaan, khususnya yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi. Hal ini ditunjukkan dalam daya saing UMKM di desa Sogaan dapat meningkat menghadapi era persaingan di pasar global.

Pada era globalisasi dan tingginya persaingan saat ini, UMKM perlu melakukan pengembangan dengan tujuan untuk menambah nilai jual, utamanya agar dapat bersaing dengan produk asing yang sekarang ini semakin membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia.

Menurut Kuncoro, tantangan yang dihadapi UMKM untuk memperkuat struktur perekonomian nasional masih terbilang berat. Karena UMKM memiliki permasalahan-permasalahan yang dihadapi, diantaranya: pertama, permasalahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Kedua, permasalahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh sumber-sumber permodalan yang memadai. Ketiga, permasalahan dibidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Keempat, keterbatasan jaringan usaha antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran). Kelima, iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. Dan keenam, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut berdampak pada terbatasnya akses permodalan, akses ke pasar, dan akses informasi mengenai sumber daya dan teknologi.

Selain permasalahan di atas, faktor perubahan kelembagaan juga dapat mempengaruhi pengembangan UMKM. Perubahan kelembagaan dapat berperan dalam memaksimalkan potensi produktivitas yang lebih besar dengan mengadaptasi sumber daya yang lebih baik melalui penciptaan prana faktor-faktor produksi berhadapan dengan inovasi produksi (teknologi).

Perubahan kelembagaan dapat memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM dengan adanya perubahan teknologi informasi, hal tersebut diperkuat dengan penelitian oleh Rahman (2009) yang menyebutkan bahwa UMKM perlu memanfaatkan TI untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI. Dengan adanya pemanfaatan TI maka akan mendorong UMKM untuk mendapatkan peluang yang lebih baik.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di desa Sogaan kec. Pakuniran adalah dengan memberikan pelatihan dan diikuti dengan contoh-contoh cara mengaplikasikan teknologi informasi, mengoperasikan internet agar masyarakat khususnya pelaku UMKM Bu Yul yang mempunyai produk JIHU agar materi bisa dipahami dengan baik.

Pada saat pemberian materi, pemateri mengajak masyarakat berdiskusi terkait manfaat dan kelebihan penggunaan media informasi dan internet dalam menjalankan UMKM Bu Yul. Hal ini dilakukan adalah untuk membangkitkan semangat dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat dan untuk meningkatkan pemahaman mereka.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di dusun siyem 1, desa Sogaan, kecamatan Pakuniran, kabupaten Probolinggo, provinsi Jawa Timur. Waktu pelaksanaan ini berlangsung selama kurang lebih 25 hari, dari tanggal 05 Agustus-31 Agustus 2021.

Permasalahan yang dihadapi oleh desa Sogaan terhadap UMKM adalah pentingnya pemahaman para pelaku UMKM dalam bidang pemasaran terutama dalam menghadapi persaingan secara digital (online). Model pelatihan yang ditawarkan untuk memecahkan masalah para UMKM di Desa Sogaan adalah pemaparan aspek pemasaran online dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan

Tahap persiapan meliputi:

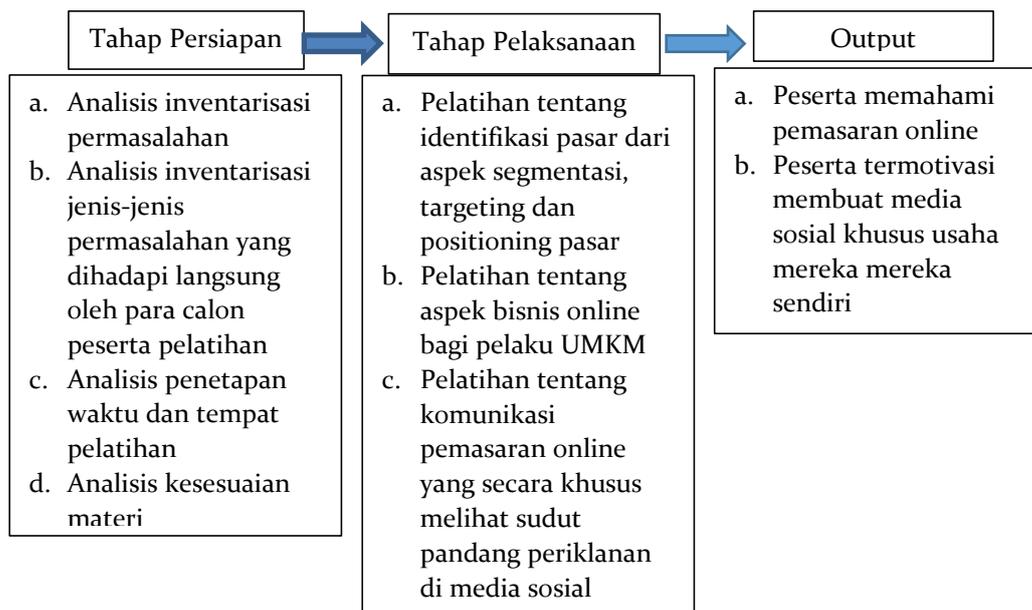
- a. Penyusunan materi yang baik dari sisi kesesuaiannya maupun kedalaman materinya mengenai internet, media social, internet dll.
- b. Penyusunan materi dilakukan dengan pengumpulan literature-literatur dan diskusi dengan para pakar yang berkaitan dengan internet dan media pemasaran. Materi dikumpulkan dan diseleksi agar isi kandungan materi sesuai dengan tantangan yang ada.
- c. Analisis inventarisasi jenis-jenis permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM melalui perangkat desa Sogaan.
- d. Analisis inventarisasi jenis-jenis permasalahan yang dihadapi langsung oleh para calon peserta pelatihan.
- e. Analisis penetapan waktu dan tempat pelatihan serta penyusunan jadwal maupun penetapan materi sesuai bidang keahlian.

2. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan adalah tahap dimana semua persiapan telah selesai, maka pada tahap kegiatan pelatihan sudah dapat dilakukan. Jenis-jenis pelatihan diantaranya:

- a. Melaksanakan Pelatihan tentang identifikasi pasar dari aspek segmentasi, targeting dan positioning pasar.
- b. Pelatihan tentang aspek bisnis online bagi pelaku UMKM.
- c. Pelatihan tentang komunikasi pemasaran online yang secara khusus melihat sudut pandang periklanan media social.
- d. Pelatihan tentang peranan internet dalam saluran distribusi.⁵

⁵ Liharman Saragih, Rosita Manawari Girsang, Pandapotan Simatupang, Fariaman Purba, "Bimbingan Teknis Aspek Pemasaran Online Bagi UMKM Kabupaten Batu Bara". Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 01, No. 02, Mei, 2021, Pp. 51-56.



Gambar 1. Alur kegiatan pendampingan

3. Point Materi

- a. Sumber arus informasi. Internet sebagai sumber arus informasi dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi para penggiat UMKM untuk memperoleh informasi terbaru dalam rangka pengembangan usahanya.
- b. Media social, media social dapat memberikan banyak sekali manfaat. Salah satunya adalah dapat mempertemukan individu dengan orang baru dan menambah relasi antar individu. Tidak hanya untuk menambah jaringan pertemanan di dunia maya, media social juga menjadi sarana promosi dalam bisnis.
- c. Sebagai lokasi untuk bisnis jual beli. Saat ini, muncul banyak peluang usaha baru yang dihasilkan berkat adanya perkembangan teknologi informasi dan juga komunikasi yaitu online shop dan juga bisnis online. Hal ini menggeser kedigdayaan penjualan barang melalui took, fisik, karena dianggap lebih murah, praktis dan juga lebih efisien dari segi pemasaran produknya.
- d. Membantu menyelesaikan masalah dengan mudah. Teknologi informasi dan juga komunikasi ternyata juga memiliki dampak yang positif dalam hal penyelesaian masalah. Dengan dokumentasi yang menjadi lebih baik dan juga komunikasi dapat menjadi solusi bagi masalah yang dihadapi oleh penggiat UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di desa Sogaan, Bu Yul adalah orang pertama yang memulai usaha Jihu ini. Beliau memulai usaha ini sejak tahun 2019. Dan pada awalnya Bu Yul juga mempromosikan Jihu ini ke luar desa Sogaan. Hanya saja karna dengan berjalannya waktu, sudah semakin banyak pesaing diluar sana yang menyebabkan omset Bu Yul menurun.

Untuk pengemasannya sendiri, Bu Yul masih menggunakan kemasan plastik biasa. Sehingga tidak memiliki ciri khas bila dibandingkan dengan Jihu lainnya. Dan untuk tingkat kepedasannya pun Bu Yul masih belum bisa mengikuti zaman dimana saat ini sudah tidak sedikit pemilik usaha kuliner menggunakan nama-nama keren untuk produk mereka. Misal dalam makanan ayam geprek ada yang namanya level SD, SMA, Sarjana dll. Sehingga sebutan-sebutan level seperti itu bisa menarik perhatian konsumen, khususnya para remaja.

Untuk pemasarannya pun Bu Yul hanya mempromosikan Jihu miliknya ke warga sekitar. Padahal jika dia ingin memperluas pemasarannya, itu bukan hal yang tidak mungkin karna



sekarang kita bisa menggunakan sosial media untuk mempromosikan produk kita.

Gambar 2. Proses pembuatan cihu

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-

potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional.

Dalam hal ini untuk mengatasi permasalahan yang terjadi dalam pengembangan UMKM dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi perlu dilakukan:

1. Pemberian akses UMKM terhadap sumber-sumber permodalan

Usaha mikro, kecil dan menengah pada umumnya mengandalkan pada modal sendiri dalam menjalankan usahanya, dan terkadang mereka terjebak dengan keterikatan rentenir mengingat masih rendahnya aksesibilitas terhadap sumber-sumber pembiayaan formal.

2. Pengadaan pembinaan dan pelatihan

Pembinaan dan pelatihan yang dilakukan yaitu sebagai motivasi atau dorongan bagi masyarakat untuk mengasah kemampuan yang mereka miliki serta dapat menjadikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat yang ingin membuka usaha sendiri.

3. Peningkatan promosi produk

Dalam hal ini kegiatan peningkatan promosi produk dilakukan dengan cara mencantumkan sosial media Bu Yul pada kemasan dan memasarkannya melalui sosial media.

4. Perluasan pemasaran produk

Saat ini dengan kecanggihan teknologi, pemasaran dapat dilakukan menggunakan sistem online. Karena dengan internet jaringan pemasaran bisa dijangkau hingga ke luar daerah. Namun, hal ini kurang dipahami oleh para pengusaha jihu karena faktor pendidikan serta ilmu pengetahuan berbasis e-bisnis yang masih rendah.

5. Penyediaan sarana dan prasarana

Adapun sarana sebagai konsultasi bagi masyarakat yang memiliki permasalahan dalam usahanya, yaitu dengan menyediakan kebutuhan packagingnya.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan UMKM dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yaitu adanya peningkatan pemahaman aspek pemasaran online,

penjualannya semakin meningkat dan banyak masyarakat yang tertarik pada produknya, dan banyak mendapatkan respon positif dari masyarakat. ⁶

Diskusi

Kendala dalam pemahaman teknologi sehingga para pelaku usaha hanya menjadi pengguna dan bukan pelaku. Diharapkan dengan adanya pelaksanaan bimbingan mampu memberikan wawasan kepada pelaku UMKM di desa Sogaan. Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat, membuat pelaku usaha harus lebih berinovasi dalam hal pemasaran mulai dari aspek produk, komunikasi, dan sosial media. Dengan memahami pentingnya persaingan maka mau tidak mau para pelaku usaha harus beralih dalam memanfaatkan teknologi informasi.

KESIMPULAN

Peningkatan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha dalam penerapan internet marketing sudah seharusnya tetap dilakukan terutama bagi pelaku usaha mikro. Kebutuhan penggunaan internet yang menjadi kendala karena kurangnya pengetahuan para pelaku usaha. Proses pembelajaran harus tetap dilakukan seperti pembuatan media sosial atau promosi di website sehingga memberikan kemudahan dan efisiensi waktu. Penerapan teknologi internet tidak hanya dapat membantu meningkatkan omset akan tetapi mampu bersaing dalam situasi pandemi Covid-19.

⁶ Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, dan Ainul Hayat, "*pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal*". Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol.1 No.6, Hal. 1286-1295.

DAFTAR PUSTAKA

- Kecanggihan Teknologi, Manfaat atau Petaka*, [https:// parent.binus.ac.id](https://parent.binus.ac.id), diakses pada tanggal 30 Agustus 2021, 09:33.
- Dharma, Arief Budhi. *Strategi pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Pohon Tua Pustaka.
- Islam, M. H. (2016). IMPLEMENTATION SCHEME TECHNIQUES IN IMPROVEMENT UNDERSTANDING ABILITY IN READING. *Attalim*, 2(1), 51-58.
- Islam, M. H. (2016). Ibnu Taimiyah and His Concept of Economy. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 15-33.
- muhammad Hifdil Islam. (2016). Inclusivity and Deradicalization of Religion. *HUMANISTIKA : Jurnal Keislaman*, 2(2), 183-194.
- Saragih, Liharman dkk. (2021). Bimbingan Teknis Aspek Pemasaran Online Bagi UMKM Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01, 51-56.
- Anggraeni, Feni Dwi dkk. *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal*. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1, 1286-1295.