

PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERBISNIS SECARA ONLINE

Ana Noor Andriana¹, Adietya Arie H.², Zharifa Aisha³,
Alifia Nurul Kusuma⁴, Adinda El Maura⁵

^{1,2,3,4,5}Administrasi Bisnis, Universitas Mulawarman, Indonesia

noorandriana@fisip.unmul.ac.id¹, adietyaarie@fisip.unmul.ac.id²,
zharifaisha19@gmail.com³, alifia.kusumaa@gmail.com⁴, adindaelmr@gmail.com⁵

ABSTRAK

Abstrak: Perkembangan teknologi menjadikan banyak orang bersaing membuat karya berbasis teknologi. Seiring berkembangnya waktu dan inovasi, mulai bermunculan aplikasi yang dirancang khusus untuk kegiatan jual beli yaitu *E-Commerce*, yang membuat kegiatan jual beli ini menjadi praktis, tidak harus bertemu antara penjual dan pembeli. Salah satunya yaitu aplikasi *Shopee* yang memudahkan proses jual beli tanpa harus bertemu langsung. Saat ini tidak semua mahasiswa dan masyarakat mampu menggunakannya, perlu dilakukan pelatihan penggunaan aplikasi *Shopee* untuk meningkatkan minat bisnis *online*. Tujuan dari kegiatan ini adalah terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat dan menambah wawasan mahasiswa serta masyarakat dalam penggunaan aplikasi *Shopee* dan berdampak pada peningkatan minat bisnis *online*. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan sosialisasi dan pelatihan melalui webinar. Jumlah peserta kegiatan ini sebanyak 20 orang yang terdiri dari mahasiswa dan masyarakat umum. Hasil yang dicapai yaitu sebanyak 70% peserta dapat memahami isi materi pelatihan dan antusias membuat akun *Shopee* serta akan menggunakan aplikasi *Shopee* untuk memulai berbisnis secara *online*.

Kata Kunci: *e-commerce*; minat bisnis; *online*

Abstract: *Technological developments make many people compete to make technology-based works. Along with the development of time and innovation, applications that are designed specifically for buying and selling activities, namely E-Commerce, have started to appear, which makes buying and selling activities practical, not having to meet between sellers and buyers. One of them is the Shopee application which facilitates the buying and selling process without having to meet in person. Currently not all students and the public are able to use it, it is necessary to conduct training on the use of the Shopee application to increase interest in online business. The purpose of this activity is to carry out community service programs and add insight to students and the community in using the Shopee application and have an impact on increasing interest in online business. The method of implementing the activities is through socialization and training through webinars. The number of participants in this activity was 20 people consisting of students and the general public. The results achieved are that 70% of participants can understand the content of the training material and are enthusiastic about creating a Shopee account and will use the Shopee application to start doing business online.*

Keywords: *e-commerce*; business interest; *online*



Article History:

Received: 06-10-2021

Revised : 28-10-2021

Accepted: 06-11-2021

Online : 04-12-2021



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Di masa pandemi ini, para pengusaha dipaksa untuk beralih ke dunia digital/internet dalam memasarkan produknya. Salah satunya, dengan memanfaatkan *e-commerce*. *E-commerce* memungkinkan penjual untuk memamerkan barang-barang mereka dengan cepat, efektif, dan tanpa biaya. Kemudahan-kemudahan dalam mencari informasi produk hingga bertransaksi dari penjual kepada pembeli dapat diperoleh melalui *e-commerce* (Ramadhanty et al., 2021). Melalui kemudahan yang dapat ditemukan pada fitur-fitur *e-commerce* serta dampak positif yang dapat mendukung perkembangan usaha, seharusnya dapat dilirik oleh calon-calon wirausaha dalam memulai usaha, namun tidak semuanya mampu menggunakan *e-commerce* khususnya Shopee. Terdapat beberapa alasan yang membuat mahasiswa atau masyarakat belum tertarik untuk membuat usaha *online* salah satunya adalah kurangnya pemahaman dalam membuat dan mengelola akun Shopee, sehingga perlu dilakukan pengabdian kepada masyarakat dengan judul pelatihan penggunaan aplikasi Shopee guna meningkatkan minat berbisnis secara *online*.

Para pelaku usaha atau UKM yang memiliki kendala dan hambatan dengan tidak adanya informasi tentang pemasaran digital dapat mengikuti pelatihan dan persiapan pemanfaatan teknologi digital untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Perkembangan era digital yang terjadi dengan pesat saat ini memang tidak dapat dihindari dan harus dipergunakan semaksimal mungkin, pelaku usaha harus memiliki opsi untuk menggunakan internet dan teknologi sebagai peluang karena memungkinkan meningkatkan pemasaran produk mereka secara *online* (Ramadhanty et al., 2021).

Hasil penelitian dan pengabdian terdahulu yang mendukung pentingnya penggunaan Shopee untuk meningkatkan minat berbisnis secara *online* yaitu : data digital tahun 2020 memperlihatkan bahwaterdapat 8 dari 10 pengguna internet saat itu melakukan pembelian produk ataupun jasa secara *online* melalui perangkat *mobile*. Dan sebanyak 93% pengguna perangkat *mobile* sudah memahami cara mencari informasi dari produk melalui sambungan internet dan selanjutnya melakukan pembelian secara *online* menurut Ramadhan dalam (Samsiana et al., 2020).

UKM memiliki peran penting dalam pergerakan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pengembangan keuangan dan membuka pintu kerja, UKM juga berperan dalam penyebaran hasil perbaikan dan pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dengan harapan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimal (Gani & Faroque, 2020).

Pemanfaatan teknologi internet saat ini merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan perkembangan pasar UMKM dengan bantuan yang diberikan oleh kelompok bisnis dan pelaku usaha yang menyoroti bidang sosial. Sehingga diperlukan suatu tempat untuk menampung hasil UMKM berupa produk-produk, peningkatan pemasaran yang dapat meningkatkan

perputaran dan perkembangan industri UMKM dalam negeri. (Fitriyana et al., 2021). Terdapat 5 (lima) unsur dari media sosial, yaitu: adanya pengguna, jaringan, informasi/konten, teknologi, dan interaksi antar pengguna. Kelima unsur ini mendukung berjalannya penggunaan media sosial (Maria Nila Anggia & Muhammad Rifki Shihab, 2019).

Wirausahawan merupakan orang yang berupaya menciptakan dan menghasilkan suatu bisnis serta berkomitmen untuk mampu menerima resiko atau perihal ketidakastian hasil yang kemungkinan akan dihadapi demi memperoleh keuntungan, hal ini dilakukan berdasarkan dengan mengidentifikasi adanya peluang dan juga kesempatan yang ada yang diambil untuk menjalankan usahanya (Andriana & Fourqoniah, 2020).

Menurut Wardhana dalam (Mansir & Purnomo, 2021) Pemasaran Digital memiliki pengaruh yang besar hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Menurut (Hadi & Zakiah, 2021) Pemanfaatan pemasaran digital memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan ditengah pandemi dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi karena era digital memang tidak dapat dihindari. Menurut (Wiediawati, 2019) pengembangan media promosi berbasis online dengan menggandeng layanan pembelian berbasis aplikasi. Jual-beli yang dilakukan secara *online* merupakan salah satu bentuk integrasi teknologi dalam kehidupan ekonomi manusia. Pembeli dan Penjual tidak harus melakukan transaksi di dunia nyata melainkan melalui komunikasi virtual dan sistem pembayaran dengan *transfer*. Pengguna *e-commerce* (jual beli *online*) meningkat pada Tahun 2018 dengan jumlah pengguna mencapai lebih dari 92 juta. Salah satu hal yang erat kaitannya dengan e-commerce adalah *Digital Marketing Strategy* (DMS).

Penggunaan marketplace sebagai sarana pemasaran *online* memiliki beberapa keuntungan bagi penjual diantaranya fleksibilitas waktu, tidak terdapat biaya operasional, tidak memerlukan promosi karena *platform marketplace* telah terdapat strategi promosi tersendiri, tidak membutuhkan biaya sewa, pengguna hanya perlu mendaftarkan toko *online* untuk berjualan, meningkatkan pelayanan dan promo, dan sebagainya (Desiani et al., 2021). Menurut Zafar dalam (Sentoso, 2021) pemasaran secara *online* dapat meningkatkan penjualan dengan membuat konten dan dapat memudahkan cara interaksi antara penjual dan pelanggan dengan jarak jauh, dapat dilakukan dengan mudah dan juga cepat.

Aplikasi *Shopee* merupakan salah satu *marketplace* yang memanfaatkan peluang bisnis dengan memaksimalkan segmen *mobile marketplace* oleh karenanya hal ini dapat mempermudah proses transaksi jual beli (Sulistiyawati & Widayani, 2020). Menurut (Pinariya et al., 2021) pada sosialisasi dasar-dasar digital *marketing* dilengkapi dengan teknik pengambilan foto, pembuatan konten hingga strategi pemasaran melalui media digital dan platform *e-commerce*.

Hingga saat ini dengan meningkatnya penggunaan aplikasi berbelanja online yang ada, aplikasi *Shopee* menjadi salah satu aplikasi yang baru hadir di Indonesia, sebelumnya sudah banyak aplikasi yang serupa namun *shopee* hadir dengan memiliki lebih banyak fitur dan transaksi elektronik yang aman untuk digunakan oleh konsumen dalam bertransaksi. *Shopee* memberikan layanan elektronik yang merupakan sebuah sistem dengan terintegrasi dan aman sehingga konsumennya pun akan memiliki kepercayaan dan ini menjadi penting agar konsumen terhindar dari risiko yang tinggi dalam bertransaksi secara *online* (Nilasari, 2019).

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan dalam menggunakan aplikasi *Shopee* guna mendukung peningkatan berbisnis secara *online* baik kepada mahasiswa dan juga masyarakat umum. Bertambahnya pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan jumlah UMKM dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode sosialisasi dan pemberian pelatihan yang dilaksanakan melalui webinar dengan menggunakan media *Zoom*, webinar dilakukan berdasarkan pertimbangan dan upaya meminimalisir penyebaran virus Covid-19. Pelaksanaan kegiatan dilakukan oleh Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman yang terdiri dari panitia sebanyak tiga (3) orang dan dua (2) orang Dosen Pembimbing.

Kegiatan ini berisi pemberian materi *digital marketing* dan Penggunaan Aplikasi *Shopee* untuk pebisnis pemula, Penyampaian Materi disampaikan Oleh Annisa Nurul Tamara selaku Owner dari Tams.id dan Madeena.id yang sekaligus sebagai mahasiswa yang berprestasi dibidang Bisnis di Program Studi Administrasi Bisnis. Terdapat pula sesi tanya jawab dan diskusi yang dipandu oleh Moderator kegiatan Webinar.

Pada Sesi Akhir yaitu praktik pendaftaran akun *Shopee* kemudian dilanjutkan dengan percobaan mengunggah foto produk dan menulis deskripsi produk sehingga akun *Shopee* siap untuk digunakan dalam memulai bisnis *online*. Peserta yang terlibat adalah mahasiswa dan masyarakat umum sejumlah dua puluh (20) orang yang berminat untuk memulai bisnis secara *online* tersebar di Kalimantan Timur.

1. Pra Kegiatan

Kegiatan dimulai dengan melakukan persiapan diskusi dengan pemateri, pembuatan dan penyebaran *Flyer* untuk dengan tema pelatihan penggunaan aplikasi *Shopee* dan menyebarkannya melalui media sosial Instagram. Pembuatan formulir *Google* untuk menjaring peserta dan pembuatan E-Sertifikat untuk peserta yang mengikuti kegiatan hingga tuntas dan membuat Grup WA agar memudahkan pemberian informasi terkait kegiatan pelatihan.

2. Kegiatan

Kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi Shopee ini dilaksanakan dengan menggunakan metode sosialisasi dan pelatihan melalui Webinar dan praktik atau bimbingan teknis. Guna mendukung upaya pencegahan penyebaran virus Covid-19 pelaksanaan kegiatan ini tetap dapat berjalan optimal walaupun dengan menggunakan sistem dalam jaringan. Kegiatan ini dilaksanakan kurang lebih dalam waktu 2 jam dan pada hari sabtu tanggal 29 Mei 2021.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilaksanakan setelah pelatihan selesai, dengan memberikan pertanyaan berupa wawancara. Pada sesi monitoring ini peserta diminta untuk menyampaikan kembali apabila terdapat kesulitan dalam pendaftaran dan pengelolaan akun Shopee yang telah dibuat saat pelatihan guna mengukur pemahaman peserta. Selanjutnya tim panitia akan mereview hasil evaluasi sebagai bahan evaluasi untuk kegiatan yang akan diadakan pada lain kesempatan mendatang.

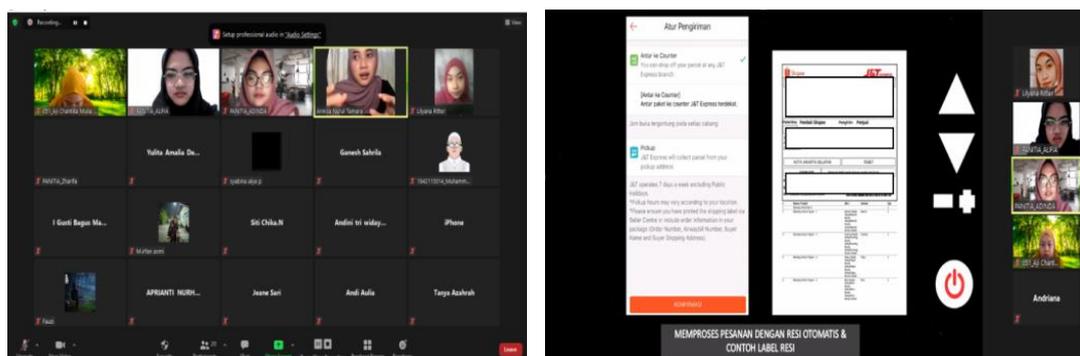
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra Kegiatan

Pada tahap ini para panitia melakukan persiapan. Diawali dengan pembuatan rundown acara agar waktu acara tertata rapi sesuai urutannya, menghubungi pemateri (Annisa Nurul Tamara) untuk merundingkan materi yang akan dijelaskan dan jadwal webinar, membuat *link* jadwal *Zoom Meeting*, membuat *link* pendaftaran dan *link* presensi untuk mencatat seberapa banyak peserta yang mendaftar dan hadir pada acara, membuat E-Sertifikat, membuat *Flyer* Webinar untuk disebar dan membuat *Whatsapp Group* peserta dan panitia untuk memberikan informasi lanjutan kepada para peserta dan panitia webinar.

2. Kegiatan Pelatihan Penggunaan aplikasi *Shopee*

Pada tahap ini pemateri selaku pebisnis muda yang masih berstatus sebagai mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Mulawarman dan owner dari Madeena.id dan tams.id menyampaikan materi terkait *digital marketing* dan penggunaan aplikasi Shopee pada bisnis online. Pemateri menyampaikan bahwa terdapat kemudahan-kemudahan dalam menjalankan bisnis online bagi pelaku usaha apabila memaksimalkan penggunaan *digital marketing* dan *marketplace* salah satunya adalah Shopee. Pelaksanaan pelatihan penggunaan aplikasi *Shopee* untuk meningkatkan minat berbisnis secara *online* dilakukan secara daring dan dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Pelatihan Penggunaan Aplikasi *Shopee*

Berdasarkan pengamatan selama berlangsungnya acara, banyak peserta yang mendengarkan saat pemateri menjelaskan materi dan berbagi pengalaman selama berwirausaha. Peserta dijelaskan adanya kemudahan-kemudahan saat menggunakan aplikasi *Shopee* dalam bisnis *online*. Selanjutnya terdapat fitur-fitur yang dijelaskan secara singkat terkait fungsinya dalam menunjang kelancaran bisnis *online*. Saat ini para pelaku dan pengelola usaha diharuskan sigap dalam mempersiapkan segala strategi-strategi bisnis dalam menghadapi perkembangan yang terjadi seperti saat ini, salah satu upaya yang perlu dilaksanakan yaitu melalui pemberian penawaran produk dengan memanfaatkan *e-commerce*.

Dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada pada saat ini produk akan yang ditawarkan kepada konsumen tidak kalah saing dengan produk dari luar (Latifah et al., 2020). Disini peserta dijelaskan mengenai langkah-langkah untuk mendaftarkan akun di aplikasi *Shopee*, melengkapi profil, meng foto produk, mendaftarkan program gratis ongkos kirim dan mencetak resi secara otomatis. Berdasarkan pelatihan tersebut peserta dapat lebih memahami detail penggunaan aplikasi *Shopee* secara lebih runtut sehingga peserta dapat memulai dengan akun *Shopee* miliknya untuk dicoba sebagian fiturnya.

3. Monitoring dan Evaluasi

Ketika sesi tanya jawab dibuka, antusiasme peserta sangat besar, banyak yang bertanya melalui kolom *chat* mengenai seputar strategi promosi, cara bertahan berwirausaha di saat pandemi ini, cara memantapkan niat untuk berjualan *online* dalam situasi apapun. Dan manfaat menggunakan aplikasi *Shopee* untuk pebisnis pemula, tentunya hal ini sesuai dengan pernyataan dari hasil dan penelitian terdahulu.

Setelah pemaparan dari pemateri, banyak pengalaman dalam berbisnis yang telah ditemui mulai dari penjualan sedikit hingga besar hingga mencakup pasar nasional. Berdasarkan hal tersebut, pemateri memberikan gambaran untuk memulai berbisnis *online* mulai dari yang kecil terlebih dahulu, harapannya dengan tekun dan mampu melihat peluang bisnis

maka seorang pebisnis dapat terus tumbuh dan berkembang dalam melebarkan usahanya.

Setelah dilakukan wawancara secara daring melalui *Zoom* didapatkan hasil akhir yaitu sebagian besar peserta yang berasal dari mahasiswa antusias dalam mengikuti pelatihan dan mencoba menggunakan aplikasi *Shopee* secara langsung untuk belajar dan memulai berbisnis secara *online*. Penggunaan aplikasi *shopee* dilakukan dengan membuat akun *Shopee* dan memulai mengunggah foto produk dari usaha yang dimiliki hingga memberikan deskripsi produk agar informasi produk yang akan dijual dapat dilihat oleh calon konsumen.

Melalui pelatihan ini peserta mendapatkan tambahan wawasan dan informasi baru untuk menjalankan bisnis online dengan menggunakan akun *Shopee*. Hasil evaluasi yang dilaksanakan sebanyak 70% peserta dapat memahami isi materi pelatihan yang disampaikan. Hasil ini sesuai dengan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu menambah wawasan dan pemahaman terkait penggunaan aplikasi *Shopee* untuk meningkatkan minat berbisnis secara *online*.

4. kendala yang Dihadapi

Masih terdapat peserta yang malu dan enggan untuk menyampaikan permasalahan secara detail saat tanya jawab berlangsung, kendala lainnya yaitu terkait koneksi jaringan internet yang sempat terputus atau *down* dikarenakan kondisi jaringan yang tidak stabil.

Hal ini menjadi evaluasi untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di masa yang akan datang agar lebih menyiapkan solusi terkait masalah koneksi jaringan yang tidak stabil hingga jaringan terputus yaitu menggunakan ruangan yang memiliki standar kestabilan koneksi jaringan seperti ruang serbaguna / ruang laboratorium / ruang khusus yang di desain agar menjaga kestabilan jaringan internet dan tentunya tetap mempertimbangkan standar protokol kesehatan demi kenyamanan bersama dalam upaya pencegahan penularan virus Covid-19.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan yang dilakukan secara daring ini bertujuan untuk menambah ilmu dan pengetahuan kepada peserta agar peserta dapat menggunakan aplikasi *Shopee* beserta fitur-fiturnya untuk mengembangkan usaha yang mereka miliki atau bagi yang ingin memulai usaha berbasis *online*. Walaupun dilaksanakan secara daring dan ada beberapa kendala saat dijalankannya pelatihan, antusiasme peserta sangat besar. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diberi kepada pemateri. Tips dan trik yang diberikan oleh pemateri kepada para peserta juga dapat menambah informasi seputar kegiatan jual beli di *Shopee* yang dapat diterapkan di bisnis mereka ke depannya. Dari hasil evaluasi yang dilaksanakan

sebanyak 70% peserta dapat memahami isi materi pelatihan yang disampaikan.

Saran yang dapat diberikan adalah dapat membuat pelatihan khusus untuk penggunaan aplikasi *market place* yang lain sehingga memudahkan mahasiswa dan masyarakat ketika ingin mengembangkan media pemasaran melalui banyak saluran *market place*. Melalui hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan wawasan terkait strategi *digital marketing* untuk usaha yang dikelola agar semakin bertumbuh kedepannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pelatihan penggunaan *market place* Shopee guna meningkatkan minat berbisnis secara *online* ini terlaksana berkat dukungan dari Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Mulawarman, Dosen Pembimbing, Panitia, Narasumber dan Peserta kegiatan yang telah memberikan akses, semangat dan motivasi sehingga kegiatan dapat berjalan lancar dan maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Andriana, A. N., & Fourqoniah, F. (2020). Pengembangan Jiwa Entrepreneur Dalam Meningkatkan Jumlah Wirausaha Muda. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.30872/plakat.v2i1.3823>
- Desiani, A., Irmeilyana, I., Putri, A. I., Yuniar, E., Calista, N. A., Makhalli, S., & Amran, A. (2021). Pemanfaatan marketplace shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(2), 209. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i2.9222>
- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedikasi Pkm*, 2(2), 206. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i2.9765>
- Gani, M. O., & Faroque, A. R. (2020). *Digital Marketing*. 05(01), 172–202. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-5823-2.ch008>
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. 16, 32–41.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>
- Mansir, F., & Purnomo, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggungharjo Sewon Bantul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 39–50.
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Nilasari, R. (2019). Pengaruh Trust Dan E-Service Terhadap Repurchase Intention Bagi Pengguna Aplikasi Shopee. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(2), 755. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i02.p20>
- Pinariya, J. M., Forceila, D., Ivana, L., & Yunia, A. (2021). Sosialisasi dan Edukasi Digital Marketing pada Komunitas BGBJ di Bantar Gebang Menghadapi Era 4.0. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 191-202.
- Ramadhanty, C. A., Nadya, D. R., Mustaqimah, Z., & Yosintha, R. (2021). Strategi

- Digital Marketing UKM Terdampak Covid-19 di Kelurahan Sidorejo Temanggung. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 31–42.
- Samsiana, S., Herlawati, Nidaul Khasanah, F., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51–62. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>
- Sentoso, A. (2021). *Penerapan Strategi Promotion Mix dan Digital Marketing pada UMKM Kaleea . id.* 1(1), 2304–2311.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Wiediawati, A. M. (2019). Pelatihan Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 147–157. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2676>