

## SOSIALISASI APLIKASI E-PEKEN SEBAGAI SARANA PENJUALAN ONLINE UMKM KELURAHAN SEMOLOWARU KOTA SURABAYA

Oktavia Brianita<sup>1)</sup>, Zalwa Navy Dindaputri<sup>1)</sup>, Bagus Nuari Harmawan<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Administrasi Publik, FISIP, Universitas Pembangunan Nasional, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author : Oktavia Brianita  
E-mail : 20041010002@student.upnjatim.ac.id

Diterima 05 Juli 2023, Direvisi 21 Juli 2023, Disetujui 24 Juli 2023

### ABSTRAK

Kelurahan Semolowaru merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Kelurahan Semolowaru merupakan salah satu kelurahan yang memiliki jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang cukup banyak, seperti fashion, makanan dan minuman, craft, dan agribisnis. Namun, banyak dari UMKM yang berada di Kelurahan Semolowaru masih belum menerapkan digital marketing, sehingga potensi yang dimiliki UMKM masih belum menjangkau masyarakat luas. Seiring berkembangnya teknologi dan informasi banyak sekali bermunculan aplikasi untuk mempermudah dalam memasarkan produk. Adanya inovasi aplikasi berupa platform belanja secara online (*e-commerce*) bernama Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo atau biasa dikenal dengan E-Peken, aplikasi yang dibuat oleh pemerintah Kota Surabaya dirasa menjadi jalan keluar untuk permasalahan pelaku UMKM yang ada. Namun adanya inovasi ini perlu dilakukan sosialisasi agar UMKM mengetahui secara mendalam mengenai E-Peken dan menjadi langkah awal bagi UMKM untuk menuju penjualan berbasis digital sehingga memperluas jangkauan pasar untuk mendapatkan penghasilan yang mampu meningkatkan taraf hidup.

**Kata kunci:** sosialisasi; e-peken; UMKM.

### ABSTRACT

Semolowaru Village is one of the villages in Sukolilo District, Surabaya City. Semolowaru Village is one of the villages that has a large number of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), such as fashion, food and beverage, craft, and agribusiness. However, many MSMEs in Semolowaru Village have not implemented digital marketing so that the potential of MSMEs has not reached the wider community. Along with the development of technology and information, many applications have sprung up to make it easier to market products. There is an application innovation in the form of an online shopping platform (*e-commerce*) called Empowerment and Economic Resilience Nang Suroboyo or commonly known as E-Peken, an application made by the Surabaya City government is felt to be a way out for the problems of existing MSMEs. However, this innovation needs to be socialized so that MSMEs know in depth about E-Peken and become the first step for MSMEs towards digital-based sales so as to expand market reach to earn income that can improve their standard of living.

**Keywords:** socialization; e-peken; MSMEs.

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, usaha kecil, atau usaha menengah yang tertuang pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap goncangan krisis ekonomi. UMKM memiliki kontribusi yang sangat penting dalam perekonomian di

Indonesia. Saat ini UMKM merupakan salah satu alternatif mata pencaharian baru untuk mengurangi dampak pengangguran di Indonesia. Seiring berkembangnya teknologi, UMKM tidak terlepas dari banyaknya tantangan yang ada. Tugas pemerintah pusat dan pemerintah daerah sebagai wujud andil dalam desentralisasi UMKM yaitu dengan memberikan kesempatan, perlindungan, dukungan, dan pengembangan UMKM secara luas pada daerah otonominya masing-masing guna mensejahterahkan pelaku UMKM.

Surabaya merupakan salah satu kota besar di Indonesia, Kota Surabaya merupakan kota yang memiliki jumlah UMKM cukup banyak

dengan jumlah 60.007 namun dengan banyaknya UMKM, Kota Surabaya juga turut memiliki tantangan tersendiri sektor perdagangan UMKM. Pasalnya, mulai tahun 2021 silam terdapat perubahan pola transaksi dalam penjualan. Semula menggunakan metode tradisional menjadi beralih pada metode digital. Oleh sebab itu para UMKM diharapkan dapat beradaptasi dengan perubahan pola penjualan yang terjadi. Menanggapi hal tersebut Pemerintah Kota Surabaya turut andil dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya digital marketing bagi UMKM untuk memperluas jangkauan dalam pemasaran produk unggulan para UMKM melalui *e-commerce*.

*E-commerce* merupakan singkatan dari *electronic commerce* yaitu perdagangan menggunakan media elektronik dengan memanfaatkan internet. Sebagai konsep baru dalam bidang kewirausahaan *e-commerce* bisa digambarkan sebagai proses jual-beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet* (Alwendi, 2020). Seiring berkembangnya teknologi dan informasi kini *e-commerce* sangat populer dikalangan wirausaha, bermunculan inovasi aplikasi yang begitu banyak seperti shopee, tokopedia, Lazada, tiktok shop, jd.id, bukalapak, dan masih banyak lagi. Namun apabila penjual ingin mendaftarkan usahanya di salah satu platform *e-commerce* harus membayarkan pajak kepada aplikasi tersebut sebagai biaya administrasi. Biaya administrasi tersebut sangat beragam mulai dari 3% - 8% per penjualan, cara pendaftaran aplikasi tersebut juga sangat bervariasi dan cenderung rumit. Rumitnya cara pendaftaran ditamba dengan adanya biaya administrasi tersebut yang terlalu mahal untuk para pelaku UMKM mengakibatkan banyak UMKM yang kurang tertarik untuk bergabung dengan penjualan secara online. Oleh sebab itu Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Perdagangan dan Dinas Koperasi yang dibantu oleh Dinas Informatika meluncurkan suatu inovasi aplikasi yaitu E-Peken.

Pemerintahan Kota Surabaya memiliki suatu misi yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2021-2026 Nomor 4 Tahun 2021 salah satunya yaitu memantapkan transformasi birokrasi yang bersih dinamis dan tangkas berbasis digital. Sebagai perwujudannya dengan pemanfaatan teknologi dan digitalisasi. Sejalan dengan adanya misi tersebut pemerintah Kota Surabaya menciptakan aplikasi sebagai wujud inovasi pola transaksi menuju digitalisasi UMKM, kesinergian Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas

Koperasi, Dinas Perdagangan, dan Dinas Statistik Kota Surabaya merilis suatu kebaruan sistem elektronik dengan bentuk *e-commerce* yang diberi nama E-Peken yang merupakan singkatan dari Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo yang dirilis pada tanggal 31 Oktober 2021 silam. Adanya perwujudan inovasi untuk menuju UMKM berbasis digital E-Peken ini hasil pengembangan dari inovasi sebelumnya yaitu Aplikasi E-Local Market dan Aplikasi E-Diskon yang memiliki tujuan sama yaitu untuk memasarkan produk UMKM dan melakukan distribusi bahan pokok. Sebab itu, Aplikasi E-Peken sebagai wujud inovasi menyediakan beragam produk yang dikategorikan menjadi tiga yaitu produk UMKM olahan rumah tangga, makanan dari Sentra Wisata Kuliner (SWK), dan bahan-bahan pokok dari toko kelontong (Akbari & Prathama, 2023)

Kelurahan Semolowaru merupakan kelurahan yang berada di Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya dengan memiliki UMKM terbanyak yaitu 77 UMKM. Mayoritas UMKM di Kelurahan Semolowaru belum tergabung dengan E-Peken dikarenakan masih kurangnya informasi dan pengetahuan tentang pentingnya melakukan digital marketing. Oleh sebab itu, perlunya diadakan sosialisasi serta penyuluhan kepada para UMKM akan pentingnya melakukan digital marketing agar dapat memperluas jangkauan pemasaran.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh penulis ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai aplikasi E-Peken sebagai inovasi digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar yang telah dirilis oleh pemerintah Kota Surabaya untuk UMKM. Kegiatan Sosialisasi ini dilakukan dengan pemaparan materi, berdiskusi, dan praktik pembukaan E-Peken. Dalam acara sosialisasi ini penulis mengundang narasumber dari pihak Kelurahan serta Ketua Paguyuban UMKM untuk memaparkan alur pendaftaran hingga penggunaan aplikasi E-Peken. Berikut merupakan tahap sosialisasi yang dilaksanakan oleh penulis

Tahap awal dalam melaksanakan sosialisasi ini yaitu melakukan perencanaan kegiatan dengan mengidentifikasi permasalahan yang ada di lapangan, melakukan diskusi dengan pemangku wilayah setempat, kemudian melakukan pembagian jobdesk untuk kegiatan sosialisasi. Permasalahan yang terdapat pada UMKM disesuaikan dengan data yang diperoleh dari

kantor Kelurahan Semolowaru dan Paguyuban UMKM Kelurahan Semolowaru. Pembagian jobdesk pada acara sosialisasi ini dibagi menjadi 4 yaitu pra acara, pembukaan, inti acara, dan penutup.

Tahap selanjutnya, yaitu tahap pelaksanaan acara. Sasaran dari acara Sosialisasi E-Peken Sebagai Sarana Penjualan online yaitu UMKM Seruni yang terletak pada Perumahan Semolowaru Indah II Kelurahan Semolowaru, hal tersebut karena UMKM Seruni merupakan UMKM yang aktif dalam kegiatan Kelurahan maupun Kecamatan namun masih menggunakan teknik berjualan secara tradisional. Sosialisasi ini dibuka oleh lurah Semolowaru dengan melakukan sambutan, kemudian ketua kelompok KKNT 79 juga melakukan sambutan sebagai ketua pelaksana kegiatan. Kemudian pada inti acara dilaksanakan oleh Pemateri yaitu dari akademisi kampus yaitu Dosen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Kemudian dilaksanakan sesi diskusi dan tanya jawab yang dibuka oleh mahasiswa KKNT yang bertugas sebagai MC. Harapannya dengan diadakannya sosialisasi maka menambah *awareness* UMKM Seruni dalam melakukan digital marketing guna memperluas pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh penulis ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai aplikasi E-Peken sebagai inovasi digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar yang telah dirilis oleh pemerintah Kota Surabaya untuk UMKM. Kegiatan Sosialisasi ini dilakukan dengan pemaparan materi, berdiskusi, dan praktik pembukaan E-Peken. Dalam acara sosialisasi ini penulis mengundang Narasumber dari pihak Kelurahan serta Ketua Paguyuban UMKM untuk memaparkan alur pendaftaran hingga penggunaan aplikasi E-Peken. Berikut merupakan tahap sosialisasi yang dilaksanakan oleh penulis

Tahap awal dalam melaksanakan sosialisasi ini yaitu melakukan perencanaan kegiatan dengan mengidentifikasi permasalahan yang ada di lapangan, melakukan diskusi dengan pemangku wilayah setempat, kemudian melakukan pembagian jobdesk untuk kegiatan sosialisasi. Permasalahan yang terdapat pada UMKM disesuaikan dengan data yang diperoleh dari kantor Kelurahan Semolowaru dan Paguyuban UMKM Kelurahan Semolowaru. Pembagian jobdesk pada acara sosialisasi ini

dibagi menjadi 4 yaitu pra acara, pembukaan, inti acara, dan penutup.

Tahap selanjutnya, yaitu tahap pelaksanaan acara. Sasaran dari acara Sosialisasi E-Peken Sebagai Sarana Penjualan online yaitu UMKM Seruni yang terletak pada Perumahan Semolowaru Indah II Kelurahan Semolowaru, hal tersebut karena UMKM Seruni merupakan UMKM yang aktif dalam kegiatan Kelurahan maupun Kecamatan namun masih menggunakan teknik berjualan secara tradisional. Sosialisasi ini dibuka oleh lurah Semolowaru dengan melakukan sambutan, kemudian ketua kelompok KKNT 79 juga melakukan sambutan sebagai ketua pelaksana kegiatan. Kemudian pada inti acara dilaksanakan oleh Pemateri yaitu dari akademisi kampus yaitu Dosen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Kemudian dilaksanakan sesi diskusi dan tanya jawab yang dibuka oleh mahasiswa KKNT yang bertugas sebagai MC. Harapannya dengan diadakannya sosialisasi maka menambah *awareness* UMKM Seruni dalam melakukan digital marketing guna memperluas pemasaran.

**Tabel 1.** Data Pengguna E-Peken Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya 2023.

Nama Usaha (UMKM)	Jenis Usaha	Alamat (Semolowaru)
Alfira Collection	Fashion	Indah II R/22
Pejuang Rasa	Mamin	Utara 8/13
MAANA	Mamin	Selatan IV/4
Bunda Nadiva	Mamin	Selatan III/44
ESM Collection	Fashion	Elok AF/2
Arivia	Mamin	Elok K/28
Pn Batik Lurik	Craft	Utara I/141
Latrini	Mamin	Elok AC/4
Byansa Craft	Craft	Elok B/38
Kinlupi Shop	Mamin	Indah II R/29
Dapur Raisa	Mamin	Utara 8/6B
Omaete	Craft	Elok K/3
Sutik Craft	Craft	Selatan I/38

Dari data diatas maka penulis melaksanakan sosialisasi inovasi aplikasi E-Peken pada UMKM Semolowaru Indah II atau UMKM Seruni karena hanya terdapat dua UMKM yang terdaftar sebagai penjual di E-Peken. Adapun secara empiris di lapangan, UMKM Seruni merupakan UMKM yang tanggap serta aktif dalam kegiatan di kelurahan maupun di kecamatan. Selain itu UMKM seruni juga menjual berbagai macam produk seperti craft, fashion, dan makanan minuman (Mamin), jumlah keseluruhan UMKM seruni yang terdaftar di paguyuban yaitu 20 UMKM. Namun, selama ini hampir dari seluruh UMKM hanya melakukan

penjualan secara tradisional, sehingga penjualan mereka kurang maksimal. Latarbelakang masalah tersebut adalah kurangnya ilmu pengetahuan mengenai teknologi dan informasi.

Dipilihnya melakukan sosialisasi menggunakan aplikasi E-Peken sebagai sarana penjualan online bagi UMKM Seruni karena aplikasi ini dirilis menggunakan anggaran asli dari pemerintah sebagai dorongan untuk memulihkan serta meningkatkan perekonomian bagi pelaku UMKM. Selain itu, aplikasi E-Peken ini tidak memiliki biaya administrasi tertentu seperti platform lain yang memotong hasil penjualan UMKM. Dalam melakukan pembayaran platform ini hanya menggunakan Bank Jatim sebagai opsi pembayaran satu satunya sehingga meminimalisir kesalahan dalam transaksi penjualan. Selain itu, dalam aplikasi E-Peken terdapat fitur negosiasi antar penjual dan pembeli sehingga penjual dan pembeli dapat menyepakati harga. Dalam opsi pengirimannya, E-Peken terdapat dua jenis, yaitu diantar atau diambil. Keunggulan selanjutnya dari aplikasi E-Peken, yaitu terdapat kontribusi secara langsung dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan Aparatur Sipil Negara (ASN) untuk kewajiban membeli produk UMKM di aplikasi E-Peken.

Kegiatan sosialisasi ini memerlukan perencanaan terlebih dahulu agar hasil yang akan dicapai sesuai dengan keinginan yaitu meningkatnya *awareness* UMKM tentang adanya digital marketing agar usaha mereka tetap eksis dan meningkatkan omset seiring berkembangnya waktu. Sebelum melaksanakan acara sosialisasi ini juga memerlukan konsultasi kepada Dosen Pendamping Lapangan (DPL) karena akan melibatkan beberapa pihak yaitu Dosen sebagai pemateri, Lurah, RW, RT, dan UMKM. Selanjutnya sebagai pelaksana, penulis melakukan konsultasi kepada ketua paguyuban UMKM Seruni mengenai waktu yang tepat untuk mengadakan kegiatan, hal tersebut sangat penting dilakukan agar sasaran *audience* merata dan ilmu mudah tersalurkan.

Sosialisasi ini dilaksanakan di Balai RW XI Semolowaru Indah II Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Kegiatan sosialisasi ini berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun, pertama dibuka oleh *Master of Ceremony* (MC) dan sambutan-sambutan dari para pemangku wilayah dan ketua kelompok, kemudian pada saat masuk pada acara ini yaitu materi para UMKM sangat antusias mendengarkan pemateri menyampaikan ilmu

sehingga pada saat sesi diskusi timbul interaksi yang baik antara pemateri dengan UMKM.



**Gambar 1.** Kegiatan Sosialisasi E-Peken (Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023).

Pemateri menjaskan mengenai perkembangan teknologi yang ada hingga pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan bisnis yang dijalani UMKM Seruni. Selain itu, Pemateri juga memberikan *tips and tricks* mengenai bagaimana cara berjualan online di berbagai *e-commerce* terutama di E-Peken. Pada saat sesi tanya jawab, terdapat UMKM yang menanyakan mengenai cara melakukan digital marketing, namun ada pula UMKM yang masih menutup diri dan hanya mau memasarkan produknya di lingkungan sekitar. Kurangnya pengetahuan UMKM peserta sosialisasi terhadap strategi pemasaran menggunakan platform digital menjadikan UMKM belum memanfaatkan fitur pemasaran digital yang telah ada, termasuk media sosial, website, dan berbagai *e-commerce*.

Setelah adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu sosialisasi E-Peken sebagai sarana penjualan online yang dilaksanakan di Balai RW XI Semolowaru Indah II Kelurahan Semolowaru, Kecamatan Sukolilo ini dapat meningkatkan *awareness* para UMKM akan adanya perkembangan teknologi informasi dan cara memanfaatkannya untuk keberlangsungan bisnis yang dijalani, selain itu dengan adanya sosialisasi diharapkan para UMKM dapat memanfaatkan adanya fasilitas yang telah disediakan seperti media sosial, website, *e-commerce* terutama E-Peken yang merupakan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah Kota Surabaya untuk memperluas pemasaran para pelaku UMKM yang berada di Kota Surabaya.

## SIMPULAN DAN SARAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang banyak dijadikan sebagai mata pencaharian utama warga Semolowaru Kota Surabaya. Menurut data Paguyuban UMKM Semolowaru memiliki

jumlah 77 UMKM pada Mei 2023, dalam menjalankan usahanya selama ini, UMKM hanya melakukan penjualan secara tradisional dengan memasarkan produknya dari mulut ke mulut. Dengan adanya perkembangan teknologi yang ada namun masih banyak UMKM Semolowaru yang menutup diri untuk berkembang karena masih belum mengetahui tentang manfaat melakukan penjualan secara online. Pemerintahan Kota Surabaya memiliki salah satu misi yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2021-2026 Nomor 4 Tahun 2021, yaitu memantapkan transformasi birokrasi yang bersih dinamis dan tangkas berbasis digital sebagai perwujudannya dengan pemanfaatan teknologi dan digitalisasi. Sejalan dengan adanya misi tersebut pemerintah Kota Surabaya menciptakan aplikasi sebagai wujud inovasi pola transaksi menuju digitalisasi UMKM. Inovasi aplikasi tersebut bernama E-Peken.

Melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan metode Sosialisasi ini dirasa sangat efektif untuk merubah pola berfikir individu dan kelompok UMKM Semolowaru. Pada saat dilaksanakan, kegiatan ini sangat disambut baik oleh pelaku UMKM Kelurahan Semolowaru. Sehingga setelah adanya kegiatan ini tingkat *awareness* UMKM tentang adanya digital marketing yang berguna untuk memperluas jangkauan pasar menjadi meningkat. Para pelaku UMKM mulai tergerak untuk melakukan pemasaran secara online meski dengan cara sederhana yaitu mempromosikan produk serta toko di platform E-Peken melalui aplikasi WhatsApp yang dimiliki. Hal tersebut cukup menjadi bukti bahwa UMKM Semolowaru merupakan kelompok UMKM yang mau belajar dan mendapatkan masukan untuk keberlangsungan bisnis mereka.

Untuk selanjutnya hendaknya UMKM Semolowaru Indah II diberikan sosialisasi secara rutin mengenai perkembangan teknologi digital dari akademisi maupun pihak pemerintah Kota Surabaya sebagai wujud bantuan bagi pelaku UMKM agar eksistensi usahanya dapat bertahan dan mendapatkan omset yang meningkat dalam setiap tahunnya agar dapat menggerakkan roda perekonomian untuk meningkatkan taraf kehidupan baik untuk diri sendiri maupun untuk warga Kota Surabaya. Tidak hanya di Semolowaru Indah II kegiatan sosialisasi yang lain juga perlu dilakukan di lingkungan lainnya mengingat masih banyak pelaku UMKM Kota Surabaya masih belum menerapkan digital marketing maupun penjualan online pada

usahanya. Diharapkan Pemerintah Kota Surabaya tidak hanya menciptakan inovasi aplikasi E-Peken saja, namun harus mensosialisasikan dan membimbing UMKM Kota Surabaya untuk melakukan penjualan di aplikasi E-Peken untuk perubahan pola transaksi menuju digitalisasi UMKM dengan dibantu oleh pihak Kecamatan, Kelurahan, Paguyuban UMKM, Akademisi, dan para *stakeholders*.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) penulis mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Kelompok KKNT MBKM Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Kelurahan Semolowaru, UMKM Seruni, serta semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abarca, R. M. (2021). Abarca,2021:68. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Akbhari, I., & Prathama, A. (2023). *Inovasi Aplikasi E-Peken: Optimalisasi Potensi UMKM Kota Surabaya*. 4(2), 396–409.
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/2486>
- Farizki, F. I., Salamah, R., Mutiah, T. S. R., Wardhani, W. K., & Siddi, P. (2020). Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 620. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.3374>
- Hadi, R. A. (2022). *Innovation of The Three In One Service Program of The Population and Civil Registration Service of Bandar Lampung City*. 4(1), 135–144.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Mahpuz, M., Bahtiar, H., Fathurahman, F., & Nur, A. M. (2021). Pelatihan pembinaan UMKM berbasis Teknologi Informasi untuk meningkatkan SDM pelaku UMKM.

*ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 212–219.  
<https://doi.org/10.29408/ab.v2i2.4206>

- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Kewirausahaan*, 2(1), 294–300.
- NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39.  
<https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.  
<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Widya, U., Surabaya, K., Jl, K., Sutorejo, P., Utara, I. /, & 60113, S. (n.d.). *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER) PERAN PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM PEMULIHAN EKONOMI UMKM PADA MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS: DINAS KOPERASI KOTA SURABAYA)* Mochamad Ilham Ramadhani. 19, 1–9.