



## **Digitalisasi Marketing Bagi Pelaku UMKM Kabupaten Blitar**

**Siti Azizah<sup>1</sup>, Irfan H. Djunaidi<sup>2</sup>, Diah Priharsari<sup>3</sup>, Mas Ayu Ambayoan<sup>4</sup>, Siti Hamidah<sup>5</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

<sup>4</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

<sup>5</sup>Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

Email: <sup>1</sup>siti.azizah@ub.ac.id, <sup>2</sup>irjuna@ub.ac.id, <sup>3</sup>diah.priharsari@ub.ac.id, <sup>4</sup>ayoen\_maa@ub.ac.id, <sup>5</sup>hamidah@ub.ac.id

### **Abstract**

*The purpose of community service through this Doctoral Service Grant is to help market MSME products assisted by the Blitar Regency Livestock and Fisheries Service through the Triple-Helix model with the concept of e-commerce. The expected result is to expand the market of assisted MSME products in Blitar Regency produced by OPS Cooperative, Srikandi Kitchen, MuZa Smoked Salted Eggs and AKBest (Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar). The location of community service activities will be carried out in Blitar Regency from May to August 2022. The steps of the activity are: 1. Coordination to establish triple-helix cooperation 2. Improving the product image of MSMEs 3. Provide counseling on market share, knowing desires and recognizing potential customers 4. Providing online processed product promotion facilities 5. Providing skills about online transactions and the Canva application The result that has been obtained during the activity process is that parties in the triple-helix model can coordinate so that MSMEs are always informed of government programs. Canva application training and social media creation assistance can improve the product image of MSMEs and then also provide skills about market share, and potential consumers in addition to online transactions. The continuation of the program is still needed for assistance in order to maintain business motivation and improve product quality.*

**Keywords:** E Commerce, Triple Helix, MSMEs, Processed Livestock

### **Abstrak**

Tujuan pengabdian masyarakat melalui Hibah Doktor Mengabdikan ini adalah membantu pemasaran produk-produk UMKM binaan Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Blitar melalui dengan model Triple-Helix berkonsep e-commerce. Hasil yang diharapkan adalah memperluas pasar dari produk UMKM binaan di Kabupaten Blitar hasil produksi Koperasi OPS, Dapur Srikandi, Telur Asin Asap MuZa dan AKBest (Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar). Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Kabupaten Blitar mulai Bulan Mei-Agustus 2022. Langkah-langkah kegiatan adalah: 1. Koordinasi untuk membangun kerjasama *triple-helix* 2. Memperbaiki *product image* UMKM 3. Memberikan penyuluhan tentang pangsa pasar, mengetahui keinginan dan mengenali calon konsumen 4. Memberikan fasilitas promosi produk olahan online 5. Memberikan *skill* tentang transaksi online dan aplikasi Canva Hasil yang telah didapatkan selama proses kegiatan adalah pihak-pihak dalam model triple-helix dapat berkoordinasi sehingga UMKM selalu mendapat informasi program-program pemerintah. Pelatihan aplikasi Canva dan bantuan pembuatan media sosial dapat memperbaiki *product image* UMKM dan kemudian diberikan pula keterampilan tentang pangsa pasar, dan calon konsumen selain tentang transaksi online. Kelanjutan program tetap dibutuhkan untuk pendampingan dalam rangka mempertahankan motivasi berusaha dan perbaikan kualitas produk.

**Kata Kunci:** E Commerce, Triple Helix, UMKM, Olahan Ternak

### **A. PENDAHULUAN**

Potensi UMKM Kabupaten Blitar tercatat sebagai salah satu kawasan strategis dan perkembangan yang dinamis. Daya tarik potensi kekayaan yang

dimiliki di Kabupaten Blitar bukan hanya pada sumber daya alam, produksi hasil bumi yang melimpah yaitu juga hasil – hasil peternakan, perikanan. Kabupaten Blitar memberikan kemudahan terkait perijinan usaha yang kondusif

didukung oleh stabilitas sosial politik bagi jaminan pelaku usaha, maupun investor. Hal ini diperkuat dari pernyataan Bupati Blitar dalam acara *Goes To Market* terkait memberikan perizinan gratis bagi UMKM pada tanggal 6 Maret 2020, Bupati Blitar Rijanto mengatakan, legalitas usaha sangat diperlukan untuk memperluas pasaran produk agar usaha mereka berkembang. Perizinan izin usaha gratis sebanyak 254 pelaku usaha UMKM dilakukan guna membantu pelaku usaha memperoleh bantuan dari Perbankan serta mempermudah dalam menjalankan usahanya. Dalam pemasaran produk UMKM, sayangnya menurut Erlanitasari dan Rahmanto (2020) menyatakan UKM di Indonesia (36%) masih konvensional atau bertatap muka untuk memasarkan penjualan mereka, (37%) dapat menggunakan media online sederhana seperti hanya menggunakan komputer. Sebagian kecil yaitu (18%) dapat memanfaatkan media online (situs web atau sosial media) serta kurang dari sepersepuluh (9%) merupakan bisnis online yang sudah optimal menggunakan e-commerce. UKM yang mampu bertransaksi secara online hanya (5%).

Kondisi UMKM di Kabupaten Blitar saat pandemi mengalami penurunan karena melemahnya daya beli masyarakat, turunnya wisata ke kota Blitar akibat social distancing dan naiknya beberapa harga bahan dasar untuk pengolahan bahan pangan. Dengan situasi seperti ini, pada tahun 2021 lalu Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya bekerjasama dengan Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Blitar memulai program pendampingan UMKM melalui Hibah Dosen Berkarya dan menggali potensi UMKM dengan program telur asin asap MuZa melalui program Doktor Mengabdikan. Beberapa keluhan yang disampaikan oleh 4 (empat) kelompok UMKM binaan Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Blitar selama masa pandemi adalah sebagai berikut:

1. *Demand* yang naik turun
2. Membuat *product image* yang tepat
3. Sulit menentukan pangsa pasar
4. Belum memahami keinginan dan mengenali calon konsumen
5. Kesulitan mempromosikan produk olahan secara online
6. Membutuhkan ilmu dan skill dalam transaksi online

Salah satu integrasi yang dilakukan adalah integrasi dengan Internet of Things atau "IoT", dengan berbagai fungsi mulai dari hulu hingga hilir. Konsep integrasi antara IoTs dengan sektor hulu-hilir industri sudah mulai diterapkan di negara-negara maju mauoun berkembang. Salah satu hasil dari penerapan konsep ini adalah digital marketing melalui e-commerce. Aktivitas jual beli melalui media elektronik atau dikenal dengan istilah e-

commerce banyak dimanfaatkan oleh pengembang usaha dalam mencapai jangkauan pasar yang lebih luas, serta meningkatkan performa penjualan. *Electronic Commerce* (E-Commerce) merupakan suatu sistem perdagangan modern yang memanfaatkan media elektronik seperti internet, televisi dan jaringan komputer lainnya. Selain mempermudah proses pemasaran barang, e-commerce juga dapat memperluas pangsa pasar dan memberikan gambaran informasi produk UMKM yang akan dijual secara detail. Menurut Azrianti (2020) bahwa dengan penggunaan e-commerce pada bisnis UMKM baik melalui sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp dan lain-lain dapat membantu kegiatan pemasaran produk UMKM menjadi lebih efektif dan efisien dalam memperoleh keuntungan.

Kontribusi akademisi, pemerintah, serta pihak UMKM menjadi penting untuk dimaksimalkan. Ketiga pihak ini juga dikenal dengan model triple helix, dimana ketiga entitas ini berkontribusi dalam menciptakan inovasi dan kreativitas bagi suatu jenis industri, sehingga meningkatkan perekonomian suatu daerah atau negara. Hubungan triple helix menciptakan ketersediaan inovasi dengan pasti (Hisyam dkk, 2015). Akademisi berkontribusi dalam menciptakan inovasi dan kreativitas terhadap suatu teknologi dan sistem industri. Inovasi dan kreativitas berperan dalam meningkatkan performa industri dan ditujukan terhadap pemerintah maupun pihak UMKM. Tahapan ini disebut juga dengan *knowledge transfers*. *Knowledge transfers* menjadi kunci penting dalam meningkatkan performa dari fungsi industri, dimana dalam memastikan keberhasilan *knowledge transfers*, akademisi juga akan berperan sebagai pembimbing dan pengawas terhadap pemerintah maupun pihak UMKM. *Knowledge transfers* banyak digunakan pada industri besar dalam mencapai keunggulan bersaing dengan menekankan pada hasil inovasi (Asmoro, 2012). Selanjutnya akademisi juga merupakan tenaga ahli yang menguasai teknologi dan inovasi yang diterapkan. Model digital marketing tergolong baru dan memerlukan pemahaman yang lebih jauh, mengingat banyak dari masyarakat Indonesia memiliki adaptasi yang rendah terhadap teknologi tersebut. Akademisi berperan dalam menyalurkan pengetahuan terhadap pemasaran online kepada pihak UMKM, sehingga memperoleh hasil yang maksimal. Selanjutnya, inovasi harus disertai kebijakan yang memihak dan memelihara kelangsungan pemakaiannya bagi pihak UMKM.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengacu pada Renstra PKM UB 2021-2025 bahwa isu Strategis Jawa Timur termasuk menuju pertumbuhan ekonomi yang inklusif, termasuk peningkatan kemampuan dan daya saing Koperasi dan UMKM, Komunikasi dan Informatika. Peningkatan kerjasama *triple helix* ini diharapkan

dapat meningkat kepada kerjasama mass media dan industry untuk tahun mendatang sehingga menjadi penta helix.

Tujuan pengabdian masyarakat melalui Hibah Doktor Mengabdikan ini adalah membantu pemasaran produk-produk UMKM binaan Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Blitar melalui dengan model Triple-Helix dengan konsep e-commerce. Hasil yang diharapkan adalah memperluas pasar dari produk UMKM binaan di Kabupaten Blitar hasil produksi Koperasi OPS, Dapur Srikandi yang merupakan divisi pemasaran Kelompok Ternak PPMK, Telur Asin Asap MuZa dan AKBest (Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar).

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Kabupaten Blitar mulai Bulan Mei sampai dengan Agustus 2022 dengan metode pelatihan, penyuluhan dan bantuan pembuatan web beserta akun promosi. Target dari program ini adalah UMKM binaan di Kabupaten Blitar hasil produksi Koperasi OPS, Dapur Srikandi yang merupakan divisi pemasaran Kelompok Ternak PPMK, Telur Asin Asap MuZa dan AKBest (Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar). Fokus pengabdian yang akan dilakukan adalah mengoptimalkan kerjasama model *triple-helix* antara akademisi/UB – pemerintah/Dinas Peternakan dan Perikanan – UMKM melalui pengembangan usaha dengan *e-commerce*. Langkah-langkah yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Koordinasi untuk membangun kerjasama model *triple-helix* melalui komunikasi dan FGD (*Focus Group Discussion*).
2. Memperbaiki *product image* UMKM
3. Memberikan penyuluhan dan keterampilan pada pelaku UMKM tentang: membidik pangsa pasar, mengetahui keinginan dan mengenali calon konsumen
4. Memberikan penyuluhan dan fasilitas promosi produk olahan secara online
5. Memberikan ilmu dan *skill* tentang transaksi online dan aplikasi Canva

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM di Kabupaten Blitar terdiri dari beberapa tahap. Tahapan dibutuhkan untuk menyesuaikan dengan kesiapan masyarakat dalam menerima informasi dan mengaplikasikan hal baru. Kegiatan ini dilakukan untuk mendukung Pemerintah Kabupaten Blitar yang berupaya memulihkan kondisi UMKM Pasca Pandemi Covid 19. Berdasarkan penelitian Suprayitno dkk., (2021)

Pemerintah Kabupaten Blitar telah mengeluarkan beberapa kebijakan guna merekonstruksi dampak ekonomi UMKM di Kabupaten Blitar di tengah pandemic Covid-19 yaitu dengan membuka layanan hotline 1500 587, mengajukan stimulus daya beli UMKM dan koperasi, program belanja di warung tetangga untuk menggerakkan ekonomi sekitar, restrukturisasi kredit bunga, memasukkan sektor mikro dalam program kartu prakerja, bantuan langsung tunai, hingga relaksasi pajak untuk UMKM

### Koordinasi untuk membangun kerjasama model *triple-helix*

Koordinasi *triple helix* dilakukan untuk membuat *networking* antara tiga pihak yaitu UMKM, akademisi dan pemerintah. Akademisi dalam hal ini mengupayakan hal-hal berikut:

1. Memperkenalkan UMKM kepada Dinas
2. Memberikan informasi tentang program-program pemerintah kepada para pelaku UMKM
3. Memberikan pengarahan kepada UMKM agar mampu mendapatkan informasi kegiatan dinas dari media sosial dan bersedia untuk berpartisipasi
4. Menyampaikan kesulitan-kesulitan dan tantangan UMKM kepada dinas-dinas terkait.



Gambar 1. Pertemuan dengan Bapak Abit dan Ibu Siti Mufidah Bidang Produksi & Restrukturisasi usaha Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Blitar

Konsep *Triple Helix* mengartikan pergeseran dari hubungan industri-pemerintah yang mendominasi masyarakat industri ke hubungan triadik antara universitas, industri, dan pemerintah dalam masyarakat pengetahuan. *Triple Helix* mengasumsikan bahwa potensi inovasi dan pembangunan ekonomi melalui sains di masyarakat terletak pada kolaborasi antara elemen dari universitas, industri, dan pemerintah untuk menghasilkan format kelembagaan dan sosial baru untuk produksi, transfer, dan penerapan pengetahuan (Budiarti, et.al. 2020).

Pertemuan dengan Dinas Koperasi dan UMKM memberikan banyak informasi terutama tentang rencana Dinas untuk membantu UMKM melalui

program-programnya. UMKM yang selama ini kesulitan mendapatkan informasi menjadi lebih berwawasan dan termotivasi karena mendapat dukungan dari pemerintah.



Gambar 2. Pertemuan dengan Bapak Indriawan Wicaksono.S.Pt.MM Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Blitar

Manfaat pertemuan dengan Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Blitar adalah tukar pikiran tentang kendala peternak dalam mengembangkan usahanya dari hulu ke hilir. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Febriantoro (2018), pelaku/calon pelaku usaha UMKM seharusnya dapat memperkirakan produk-produk paling dibutuhkan dan diinginkan konsumen online serta media yang diakses oleh konsumen dalam melakukan pembelian secara online (potensi dan peluang). Selain UMKM dan pemerintah itu harus mencari penyebab hal-hal yang membuat konsumen tidak dapat melakukan pembelian online juga harus agar menemukan pemecahan masalah dan strategi kreatif dalam mengatasinya.



Gambar 3. FGD antara akademisi, pelaku UMKM dan Kepala Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Blitar serta Kepala Dinas KOperasi dan UMKM Kabupaten Blitar

*Focus Group Discussion* yang dilakukan dengan tiga pihak (*triple helix*) bertujuan untuk menggali data-data yang akan digunakan untuk memperbaiki kinerja semua pihak. Data-data tersebut adalah:

1. Kebutuhan pelaku UMKM dalam pengembangan kualitas produk dan pemasaran
2. Program-program pemerintah yang sedang berlangsung maupun direncanakan untuk tahun anggaran berikutnya
3. Program dari pihak akademisi yang kemungkinan sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan kemampuan UMKM dan pemerintah

Koordinasi antar aktor *triple helix* merupakan hal penting dalam mengupayakan UMKM naik kelas. Sudah banyak upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja UKM baik oleh pemerintah maupun pelaku usaha. Namun, telah ada sinergi harmonis antara pelaku bisnis, akademisi dan pemerintah. Ketidakseimbangan ini menyebabkan setiap program kegiatan berjalan dengan sendirinya. Pengembangan strategi dengan menggunakan konsep *triple helix* dapat menjadi pilihan untuk membuat kebijakan untuk meningkatkan kinerja UKM (Ismail et.al, 2018).

### Memperbaiki *product image* UMKM



Gambar 4. Memperbaiki *product image* UMKM

*Product image* yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk. Citra produk ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk (Parno, 2014).

Perbaikan *product image* UMKM yang dilakukan terutama untuk menonjolkan kualitas produk. Selama ini produk UMKM seringkali dipersepsikan tidak memenuhi standar kualitas, tidak tersertifikasi halal dan diragukan apakah sehat untuk dikonsumsi. Maka dengan upaya ini, diharapkan mengubah pandangan masyarakat bahwa produk UMKM sudah memiliki kualitas yang sama, tersertifikasi dan terstandarisasi seperti produk industri besar lainnya.

### Memberikan penyuluhan dan pengetahuan tentang pangsa pasar dan kondisi konsumen

Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengedukasi pelaku UMKM tentang pentingnya mengetahui selera pasar. Hal ini disebabkan karena konsumen memiliki kesukaan yang berbeda-beda dipengaruhi oleh kondisi sosial ekonomi mereka dan juga tergantung budaya dari wilayah mereka. Sebagian besar usaha mikro dan kecil yang masuk ke pasar menghasilkan produk serupa. Para pelaku usaha

tersebut masuk ke pasar tanpa dukungan keterampilan yang memadai, sehingga pada akhirnya menghadapi kesulitan dalam mengembangkan usahanya karena kendala permodalan dan akses pasar yang sangat ketat. Oleh karena itu pengusaha harus mampu mengupgrade dan memvalidasi pasar tujuan berdasarkan orientasi pasar dan konsumen yang merupakan target potensial (Rahman, 2016).



Gambar 5. Peserta Penyuluhan

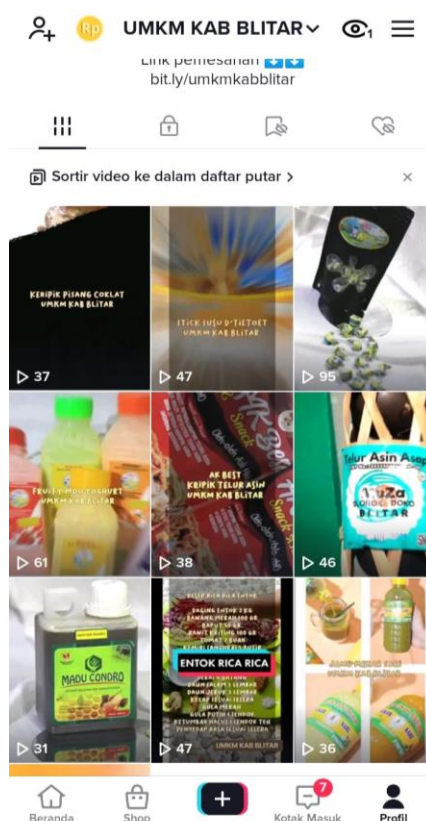
Hasil dari penyuluhan ini adalah pelaku UMKM mengetahui tentang beberapa poin penting dari karakteristik konsumen:

1. Kebutuhan dan keinginan konsumen
2. Perilaku konsumen baik online maupun offline
3. Media sosial yang paling tepat untuk mempromosikan produk UMKM

Berdasarkan pengamatan sejak dibuatnya akun media sosial untuk mempromosikan produk UMKM Kabupaten Blitar, disimpulkan penjualan melalui grup whatsapp, facebook dan Instagram dapat menunjang promosi produk. Sedangkan untuk penjualan offline ternyata masih tetap dibutuhkan terutama dengan menitipkan di koperasi, bazaar maupun ke retail seperti indomaret.

#### Memberikan fasilitas promosi online

Promosi online sangat dibutuhkan oleh UMKM saat ini. Menurut Julisar dan Miranda (2013) era globalisasi sekarang ini juga dikenal sebagai Era Ekonomi Baru (*New Economy Era*), Era Ekonomi Digital (*Digital Economy Era*). Era Ekonomi Baru ditandai dengan penerapan Teknologi Informasi di dalam menjalankan kegiatan ekonominya. Penerapan Teknologi Informasi saat ini sudah diperlukan dalam era globalisasi sekarang ini. Penerapan Teknologi Informasi yang dibutuhkan yaitu pengembangan model aplikasi bisnis berbasis web untuk Usaha Kecil dan Menengah guna meningkatkan keunggulan bersaing.



Gambar 6. Salah satu akun promosi UMKM Kabupaten Blitar

#### Pelatihan transaksi online dan aplikasi Canva

Peningkatan kemampuan SDM pelaku UMKM dalam bertransaksi dan mendesain promosi dilakukan dengan melakukan pelatihan. Materi yang pertama adalah pemanfaatan media sosial untuk promosi beserta cara transaksi online yang aman. Materi kedua adalah menggunakan aplikasi Canva sehingga desain poster, flyer dan video menjadi *eye catching* atau menarik konsumen. Menurut Sugiarti dkk. (2020) saat ini mulai terjadi pergeseran perilaku pelanggan. Sebagian pelanggan telah bergeser menjadi pelanggan di *e-commerce* platform karena berbagai keunggulan diantaranya kemudahan dan keamanan bertransaksi, serta banyaknya promosi menarik yang ditawarkan oleh masing-masing platform. Bagi penjual, keberadaan *e-commerce* platform juga sangat membantu. Penjual dapat melakukan promosi murah, dan dapat bertransaksi dengan aman.



Gambar 7. Pelatihan transaksi online dan aplikasi Canva

Hasil dari kegiatan pelatihan ini, pelaku UMKM dapat membuat sendiri media promosi yang digunakan untuk menjangkau konsumen. Selain itu pelaku UMKM mengetahui dasar-dasar transaksi online sehingga tidak mudah melakukan kesalahan dalam menerima pesanan atau tertipu oleh konsumen yang tidak bertanggungjawab.

#### D. PENUTUP

##### Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk pengembangan digitalisasi marketing bagi UMKM di Kabupaten Blitar dilakukan melalui tahap-tahap yang disesuaikan dengan kondisi UMKM. Hasil yang telah didapatkan selama proses kegiatan adalah:

1. Pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam model *triple-helix* dapat meningkatkan koordinasi dengan adanya FGD (*Focus Group Discussion*) dan kemudian diteruskan melalui saluran komunikasi media sosial sehingga UMKM selalu mendapat informasi program-program pemerintah.
2. Pelatihan aplikasi Canva dan bantuan pembuatan poster, flyer, video dan akun dapat memperbaiki *product image* UMKM
3. Keterampilan pelaku UMKM tentang pangsa pasar, mengetahui keinginan dan mengenali calon konsumen telah dilakukan untuk memperbesar peluang pemasaran
4. Pengetahuan dan keterampilan tentang transaksi online diharapkan dapat meningkatkan penjualan diluar transaksi *offline*.

##### Saran

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan dengan adanya kebutuhan UMKM dan pengamatan dinas setempat. Namun demikian tetap dibutuhkan pendampingan terutama untuk mempertahankan motivasi berusaha dan perbaikan kualitas produk sesuai keinginan serta kebutuhan konsumen.

##### Ucapan Terima Kasih

Terimakasih diucapkan kepada LPPM UB, Community and Livestock Studies Research Group UB, Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten

Blitar, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Blitar, UMKM binaan di Kabupaten Blitar hasil produksi Koperasi OPS, Dapur Srikandi yang merupakan divisi pemasaran produk olahan Kelompok Ternak PPMK, Telur Asin Asap MuZa dan AKBEST (Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar).

#### E. DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro, E. I. (2012). Perancangan Inkubator Model Triple Helix untuk Efektivitas Proses Knowledge Transfer Sebagai Strategi Pengembangan IKM. Makalah. Proceeding Call for Paper Pekan Ilmiah Dosen FEB, 14.
- Azrianti, Seftia. 2020. Sosialisasi E-commerce untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di RW 18 Kelurahan Tembesi Kecamatan Sagulung. Minda Baharu, 4(2): 99-105. DOI: 10.33373/jmb.v4i2.2598.
- Budiarti, L., Setyorini, C. T., Susilowati, D., Warsidi, Sukardi, P. & Miftahul Jannah. 2020. ICLAS-SURE 2020. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 746 (2021) 012011. IOP Publishing. DOI:10.1088/1755-1315/746/1/012011
- Erlanitasari, Y. dan Rahmanto, A. 2020. Literasi Ekonomi Digital Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM ) Go Online. 49 (2) : 145–155. DOI: 10.21831/informasi.v49i2.27827.
- Febriantoro, W. 2018. Kajian dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm di Indonesia. Manajerial, Vol. 3 No.5 Juni 2018, Hal–184-207. E-ISSN :2527–4570. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Hisyam, I., Suoriyanto, S., Arianti, N., Hartanto, D., & Prasetyawan, Y. (2015). Model Perencanaan Ke Rjasama “Triple Helix” Pengembangan Industri Skala Umkm Pedesaan di Jawa Timur. Simposium Nasional RAPI X1V- 2015FT UMS. 141–146. <http://hdl.handle.net/11617/6595>
- Ismail, T., Meutia, Bukhori. A. & Fajri. E. 2018. Building Innovation Capability Through Triple Helix Model Sinergy to Improve SME’s Marketing Performance. International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET). Volume 9, Issue 7, July 2018, pp. 1403–1412, Article ID: IJCIET\_09\_07\_148 ISSN Print: 0976-6308 and ISSN Online: 0976-6316. Available online at <http://iaeme.com/Home/issue/IJCIET?Volume=9&Issue=7>

- Julisar dan Miranda, E. 2013. Pemakaian E-Commerce untuk Usaha Kecil dan Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing. *ComTech* Vol.4 No. 2 Desember 2013: 638-645. DOI: <https://doi.org/10.21512/comtech.v4i2.2486>
- Parno. 2014. Pengaruh Corporate Image, Produk Image Dan User Image Terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik di Gresik. *Jurnal Manajerial*, [S.l.], v. 1, n. 2, p. 120-128, jan. 2018. ISSN 2621-5055. Available at: <http://journal.umg.ac.id/index.php/manajerial/article/view/194>>. Date accessed: 25 nov. 2022. doi: <http://dx.doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v1i2.194>.
- Rahman, Z. 2016. The Difficulties Faced By Micro And Small Enterprises in The Formal Market Access: The Case in Small And Micro Enterprises in The Cities of Makassar and Kabupaten Gowa South Sulawesi. *Journal of Humanity*. Vol 4, No 1 (2016): February 2016. Hal. 92-103. <http://journalofhumanity.org/index.php/jh/article/view/60>
- Sugiarti1, Y. Sari, Y, dan Hadiyat, M. A. 2020. Peranan *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula*, Vol. 3, No.2, Agustus 2020, Hal 298 – 309. ISSN 2620-844X (online) DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>.
- Suprayitno, H., Lukito. R., & Farida, N. 2021. Rekonstruksi Dampak Ekonomi UMKM Kabupaten Blitar di Tengah Covid-19. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)* Vol. 10 No. 1, Juni 2021. ISSN-P: (2252-7486), ISSN-E: (2746-6140). Hal 44-52. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jaakfe>