

Pengembangan Turqiat.Id Sebagai Platform Iklan Digital Lokal Dalam Membantu Promosi Produk dan Jasa Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Sulawesi Tenggara di Masa Pandemi Covid-19

Adha Mashur Sajiah¹, La Ode Muhammad Golok Jaya¹, Ika Purwanti Ningrum Purnama¹, Natalis Ransi², Jumadil Nangi¹

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Halu Oleo

²Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas MIPA, Universitas Halu Oleo

Email: adha.m.sajiah@uho.ac.id

Abstrak

Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI) adalah salah satu wadah bagi pengusaha-pengusaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada para pengusaha muslimah. IPEMI bertujuan untuk membantu pengusaha muslimah dalam mengembangkan usahanya. IPEMI memiliki cabang di seluruh provinsi Indonesia salah satunya Sulawesi Tenggara. Permasalahan pada kelompok usaha tentunya ada berbagai macam dan di segala level proses (produksi, pengiriman, pemasaran, purna jual ataupun pengendalian mutu). Dalam aspek pemasaran pengusaha perlu melakukan promosi agar produk/jasa mereka dikenal khalayak luas. Usaha promosi dan pemasaran di masa pandemik Covid-19 lebih sulit karena terdapat kewajiban protokol kesehatan ketika melakukan aktivitas apalagi adanya social distancing. Konsumen lebih banyak di rumah dan memanfaatkan perangkat digital yang terhubung dengan internet. Oleh karena itu pengusaha UMKM perlu melakukan shifting pemasaran ke arah pemasaran digital. Melihat permasalahan tersebut maka dalam kegiatan program kemitraan masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan platform iklan digital khusus daerah Kota Kendari dan Sulawesi Tenggara. Platform ini menjadi tempat para pengusaha mengiklankan produk dan jasanya secara gratis. Proses pengembangan platform ini mengikuti proses siklus hidup pengembangan rekayasa perangkat lunak (Software Development Life Cycle) dengan mempertimbangkan kebutuhan dari pengusaha yang ingin produknya dipromosikan. Setelah platform yang diberi nama Turqiat.id dikembangkan dilakukan pelatihan bagi pengusaha bagaimana mengoperasikan dan memanfaatkan platform tersebut. Selain itu pengusaha dibekali dengan pengenalan pemanfaatan tools dan media pendukung digital serta desain iklan digital. Hasil dari program kemitraan masyarakat ini para pengusaha UMKM telah dapat menggunakan platform Turqiat.id sebagai media iklan digital dan dapat mendesain iklan mereka sendiri.

Kata Kunci: IPEMI, UMKM, Platform Iklan Digital, Pemasaran Digital, Covid-19.

Abstract

Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI) is a forum for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) entrepreneurs selected for Muslimah entrepreneurs. IPEMI aims to assist Muslim women entrepreneurs in developing their business. IPEMI has branches in all Indonesian provinces, one of which is Southeast Sulawesi. Problems in business groups are of course various and at all levels of processes (production, delivery, marketing, after-sales or quality control). In the marketing aspect, entrepreneurs need to carry out promotions so that their products / services are known to a wide audience. Promotion and marketing efforts during the Covid-19 pandemic are more difficult because there are health protocol obligations when carrying out activities, especially social distancing. Consumers are more at home and take advantage of digital devices connected to the internet.

Therefore, MSME entrepreneurs need to shift their marketing towards digital marketing. Seeing these problems, the community partnership program activity aims to develop a digital advertising platform specifically for the cities of Kendari and Southeast Sulawesi. This platform is a place for entrepreneurs to advertise their products and services for free. This platform development process follows the software development life cycle process by considering the needs of entrepreneurs who want their products to be promoted. After the platform named Turqiat.id was developed, training was conducted for entrepreneurs on how to run and take advantage of the platform. In addition, entrepreneurs are equipped with the introduction of digital supporting tools and media as well as digital advertising designs. As a result of this community partnership program, UMKM entrepreneurs have been able to use the Turqiat.id platform as a digital advertising medium and can design their own advertisements..

Keywords: IPEMI, MSMEs, Digital Advertising Platform, Digital Marketing, Covid-19..

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian di Indonesia. Kurang lebih 97% dari total tenaga kerja diserap oleh UMKM. Lapangan kerja yang diciptakan mampu menyumbang 99% dari total lapangan kerja (Jayani, 2020). Hal yang sama terlihat di daerah Sulawesi Tenggara, UMKM jadi sektor unggulan di Sulawesi Tenggara. UMKM memiliki peranan yang sangat vital dan strategis dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. UMKM banyak menyerap tenaga kerja lokal. Artinya, sektor ini memiliki peran strategis dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran serta meningkatkan perekonomian daerah (Supit, 2016). Di Kota Kendari jumlah UMKM terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data pertumbuhan UMKM di Kota Kendari, tahun 2017 jumlah UMKM di Kendari sebanyak 11.837 bertambah menjadi 13.446 tahun 2018 yang artinya memiliki kenaikan sekitar 14%.

Melihat progresifitas UMKM di Sulawesi Tenggara maka pada tahun 2017, kelompok pengusaha wanita UMKM di Sulawesi Tenggara mendirikan organisasi Ikatan Pengusaha Muslimah Wilayah Sulawesi Tenggara. Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia atau disingkat IPEMI merupakan wadah untuk membantu pengusaha muslimah dalam mengembangkan usahanya. IPEMI didirikan untuk menumbuhkan pengusaha-pergusaha muslimah yang baru.

IPEMI wilayah Sultra memiliki diversifikasi usaha yang beragam seperti kerajinan umum, kimia dan bahan bangunan, logam dan elektronika, pengelolaan pangan, kuliner, fashion dan masih banyak lagi.

Permasalahan pada kelompok usaha tentunya ada berbagai macam dan di segala level proses (produksi, pengiriman, pemasaran, purnajual ataupun pengendalian mutu) (Sari, 2020).

Dalam aspek pemasaran pengusaha perlu melakukan promosi agar produk/jasa mereka dikenal khalayak luas. Promosi sama pentingnya dengan proses produksi. Produk yang baik tanpa pemasaran yang baik akan mengakibatkan barang tidak dilirik dan jumlah penjualan rendah. Sebaliknya barang yang berkualitas rendah dengan pemasaran yang baik pun tidak akan bertahan lama karena konsumen yang akan menentukan keberlangsungan produk (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Saat ini kelompok usaha IPEMI terutama yang baru merintis usaha akan kesulitan dalam memasarkan produk. Saat ini iklan dilakukan dengan memasang selebaran, banner dan sudah ada beberapa yang memanfaatkan media sosial.

Walaupun sudah ada yang memanfaatkan promosi melalui media sosial tetapi jumlahnya masih sedikit dan belum dikelola dengan baik. Hal ini terkendala dengan literasi digital yang dimiliki oleh para anggota IPEMI. Baik pembuatan sosial media, membuat media digital yang menarik dan interaktif, ataupun keamanan ketika memasarkan dalam dunia digital (Sulaksono & Zakaria, 2020).

Hal lain yang menjadi masalah kelompok UMKM Sultra adalah penggunaan sosial media sebagai alat penjualan menjadi tidak efektif karena awalnya sosial media bukan merupakan media promosi atau menjadi

platform e-commerce dimana penjual dan pembeli melakukan proses penjualan. Akibatnya proses pemasaran dan promosi menjadi tidak efektif. Kebutuhan platform iklan digital dimana para pengusaha UMKM dapat mempromosikan produk/jasa dan konsumen dapat mencari kebutuhan produk/jasa yang diinginkan akan menjadi sangat penting.

Selain itu tidak semua jenis usaha dapat dikelola dengan media sosial saja tetapi dapat diekstensifikasi dengan membuat website usaha sendiri. Jenis usaha yang dapat memanfaatkan ini adalah: konsultan pajak, travel agen, usaha rental, catering, event organizer, dan usaha lainnya. Setiap jenis usaha memiliki jenis atau channel model pemasaran digital yang sesuai/unit untuk mereka (Editorial, 2019).

Kondisi pandemik COVID-19 juga semakin mendorong kelompok UMKM untuk memasarkan dan menjual produknya melalui teknologi digital/online. Ada tiga hambatan utama UMKM. Pertama, dampak negatif terjadi pada cashflow (aliran uang tunai). Ke dua, menggerusnya modal UMKM. Ke tiga, proses produksi yang sulit (Fatma, 2020). Salah satu solusi yang dicanangkan oleh BI Sultra adalah mendorong pemanfaatan digital dalam pembayaran dan penjualan. Selama pandemik, pemanfaatan layanan digital meningkat seperti e-commerce 69%, pembayaran digital 65%, dan kesehatan 41%. Jika pihak UMKM Sultra tidak dapat mengikuti perkembangan ini maka kelompok UMKM akan tertinggal oleh perkembangan teknologi.

Berdasarkan analisis situasi di atas terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi anggota UMKM di IPEMI Sulawesi Tenggara, yaitu; pertama, ketersediaan platform iklan digital yang menjadi media para kelompok UMKM di Sulawesi Tenggara dalam mempromosikan/memasarkan produk/jasanya. Ke dua, pengetahuan dan keterampilan anggota UMKM di IPEMI masih belum merata dalam melakukan pemasaran/marketing digital. Ke tiga, kurangnya pemanfaatan pembayaran digital dalam melakukan proses penjualan produk/jasa.

Permasalahan yang menjadi prioritas bagi UMKM dalam IPEMI untuk diselesaikan dalam PKM ini, sekaligus menjadi permasalahan yang telah disepakati bersama, yakni;

1. Ketersediaan Platform Iklan Digital Khusus Daerah Kota Kendari dan Sulawesi Tenggara yang akan menjadi tempat pegiat UMKM mengiklankan dan mempromosikan produk dan/atau jasanya.
2. Tidak meratanya pengetahuan dan keterampilan anggota UMKM di IPEMI dalam hal pemasaran/marketing digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan pelaksanaan program kemitraan masyarakat ini adalah

1. Membangun platform iklan digital lokal khusus kota Kendari dan Sulawesi Tenggara .
2. Melatih UMKM binaan IPEMI menggunakan platform iklan digital lokal yang telah dibangun.
3. Memberikan pengetahuan dan melatih UMKM binaan IPEMI mengenai pemasaran digital dan desain iklan digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat untuk kelompok UMKM akan terbagi menjadi dua berdasarkan solusi yang ditawarkan. Berikut metode untuk tiap kategori solusi.

Pengembangan Platform Iklan Digital (TURQIAT.ID)

Dalam pengembangan platform iklan digital yang diberi nama TURQIAT ini tahapannya menggunakan metode pengembangan perangkat lunak. Metode pengembangan perangkat lunak ini sesuai dengan siklus hidup perangkat lunak yang disebut software development life cycle (SDLC). Berikut tahapan pengembangan platform iklan digital ini.

1. Analisis Kebutuhan/Requirement analysis

Pada tahap ini, software developer/pengembang aplikasi melakukan komunikasi dengan calon pengguna yang bertujuan untuk memahami software yang diharapkan pengguna, kebutuhan dan batasan software. Hal ini dilakukan melalui wawancara, survei dan diskusi dengan kelompok UMKM di IPEMI Sultra.

2. Desain Sistem/System Design

Spesifikasi kebutuhan dari tahap pertama akan dipelajari dalam fase ini dan desain sistem disiapkan. Desain Sistem membantu dalam menentukan perangkat keras dan persyaratan sistem dan juga membantu dalam mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan. Dalam tahap ini dilakukan perancangan antar muka aplikasi iklan digital, desain database, serta desain algoritme.

3. Implementasi/Implementation

Pada tahap ini, sistem pertama kali dikembangkan di program kecil yang disebut unit, yang terintegrasi dalam tahap berikutnya. Output dari tahap ini adalah aplikasi website yang telah dapat diakses oleh user.

4. Integasi dan Pengujian/Integration and Testing

Semua unit yang dikembangkan dalam tahap implementasi diintegrasikan ke dalam sistem setelah pengujian masing-masing unit. Pasca integrasi seluruh sistem diuji untuk mengecek setiap kesalahan dan kegagalan.

5. Operasi dan Pemeliharaan/Operation and Maintenance

Ini merupakan tahap terakhir dalam proses pengembangan. Perangkat lunak/software yang sudah jadi dijalankan serta dilakukan pemeliharaan. Pemeliharaan termasuk dalam memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya.

Pelatihan Penggunaan Platform Iklan Digital TURQIAT.ID Serta Marketing Digital

Setelah platform siap maka dilanjutkan dengan pelatihan kepada para anggota UMKM. Ada dua materi yang akan diajarkan yaitu penggunaan TURQIAT.ID dan Teknik Marketing Digital. Berikut tahapan pelatihan yang dilakukan:

a. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan yang akan dilakukan meliputi: 1) Survey jumlah peserta yang siap menghadiri pelatihan. 2) Pemantapan dan penentuan lokasi. 3) Penyusunan bahan/materi pelatihan, yang meliputi: bahan tayangan, slide powerpoint.

b. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan yang akan dilakukan meliputi: 1) Penjelasan mengenai TURQIAT.ID dan pemanfaatannya dalam pemasaran dalam masa pandemik COVID-19. 2) Praktik penggunaan TURQIAT.ID seperti membuat iklan, mengelola produk dll. 3) Penjelasan mengenai Teknik Marketing Digital dan Dasar-Dasar Marketing Digital. 4) Peserta mencoba melakukan marketing digital sederhana.

c. Metode Pelatihan

Metode yang akan digunakan untuk melaksanakan kegiatan pelatihan ini meliputi metode ceramah, metode tanya jawab dan metode simulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

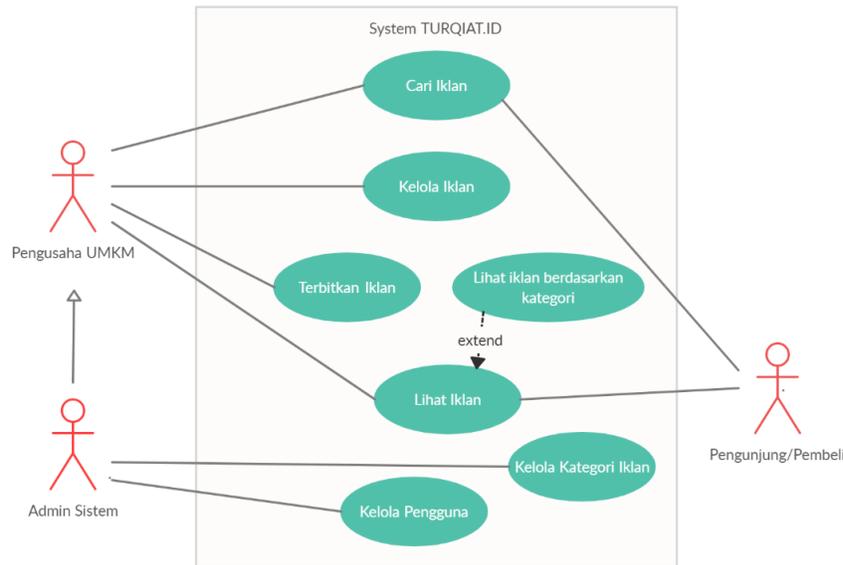
Kegiatan program kemitraan masyarakat ini dimulai pada tanggal 25 September sampai dengan 25 November 2020. Berdasarkan tujuan pelaksanaan yang disebutkan di atas maka terdapat dua hasil dan luaran utama dari kegiatan ini yaitu Platform Iklan Digital Turqiat.id dan Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan Platform tersebut.

Platform Iklan Digital TURQIAT.ID

Turqiat.id merupakan produk utama dari kegiatan pegabdian yang berupa aplikasi berbasis website yang diakses secara online. Pengembangan sistem ini mengikuti metode pengembangan perangkat lunak SDLC.

Untuk menciptakan sistem yang diterima oleh user maka sistem yang dibangun harus dapat memenuhi kebutuhan/keinginan pengguna sehingga tahap ini sangat krusial. Pada tahap analisis kebutuhan Tim PKM membuat prototype sistem dan memperlihatkan kepada calon user dalam hal ini UMKM dari IPEMI. Dari hasil

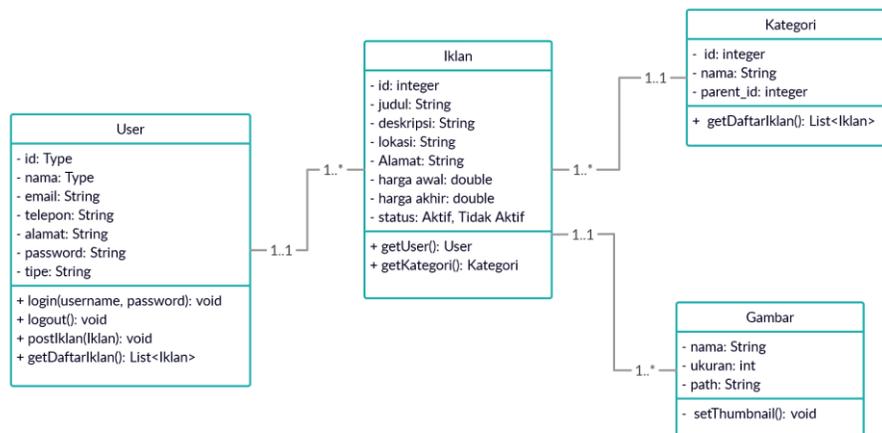
diskusi ini didapatkan kebutuhan fungsional sistem yang ditunjukkan pada use case diagram seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Use case TURQIAT.ID

Dari use case tersebut dapat dilihat turqiat.id memiliki tiga aktor utama yaitu: pengusaha UMKM, Pengunjung/Pembeli dan Admin Sistem. Pengusaha UMKM dan Admin dapat melakukan pencarian iklan, pengelolaan iklan, penerbitan iklan dan melihat iklan. Selain itu Admin Sistem memiliki hak khusus untuk mengelola kategori iklan dan pengguna. Bagi pengunjung/pembeli hanya dapat melihat iklan dan mencari iklan.

Sedangkan untuk merancang struktur aplikasi maka dilakukan desain class diagram. Pada aplikasi Turqiat.id memiliki empat (4) kelas utama yang menjadi dasar pembuatan sistem. Kelas tersebut yaitu: User, Iklan, Kategori dan Gambar. Selain empat kelas tersebut terdapat kelas lain seperti kelas Aplikasi, Role, Permissi dan Bantuan. Class diagram ditunjukkan pada Gambar 2.



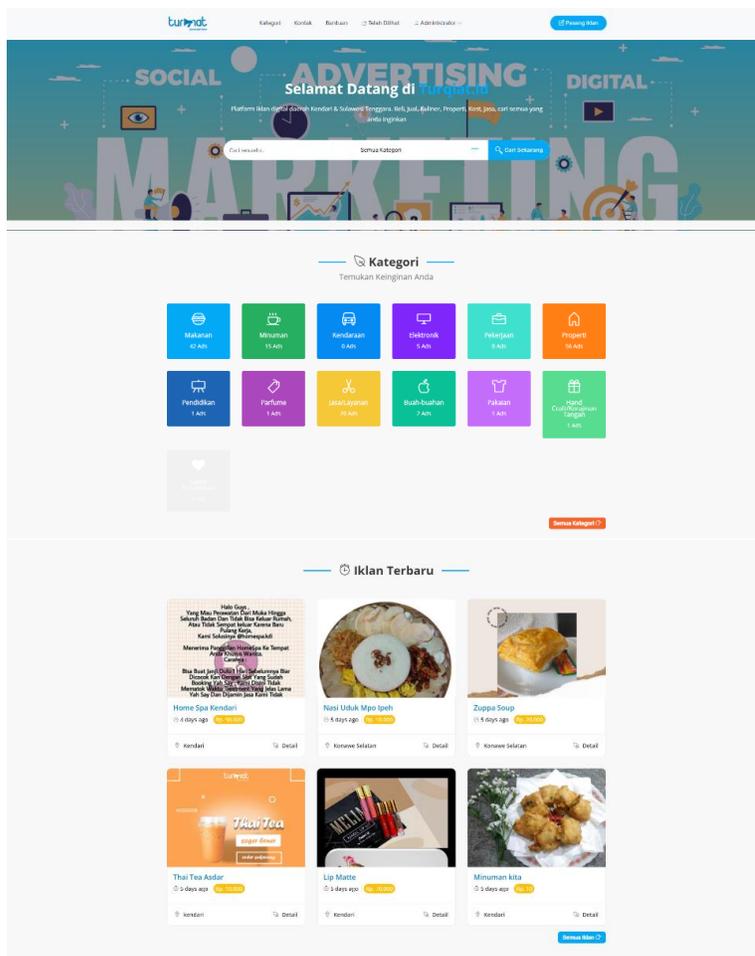
Gambar 2. Class Diagram Turqiat.id

User memiliki asosiasi *one-to-many* ke Iklan ini berarti bahwa 1 orang user dapat memiliki banyak iklan. Sebaliknya 1 iklan hanya dapat dimiliki oleh 1 user. Asosiasi antar Iklan dan Kategori adalah *many-to-one* ini berarti bahwa 1 iklan memiliki 1 kategori tetapi 1 kategori dapat memiliki banyak iklan. Asosiasi ke tiga adalah

antara iklan dan gambar berupa *one-to-many*. Ini menunjukkan bahwa 1 iklan dapat memiliki banyak gambar dan 1 gambar hanya dapat dimiliki 1 iklan.

Aplikasi Turqiat.id diimplementasikan dengan Bahasa pemrograman PHP yang memanfaatkan framework Laravel, Sistem Database MySQL dan antarmuka yang menggunakan HTML, CSS dan Javascript.

Hasil implementasi sistem memiliki beberapa halaman yang masing-masing memiliki fungsi khusus. Halaman juga dibagi menjadi dua jenis yaitu halaman depan dan halaman admin. Halaman depan merupakan halaman yang diperuntukan bagi pengunjung yang tidak diharuskan login dan untuk pengusaha UMKM yang diharuskan untuk login. Halaman admin diperuntukan bagi admin sistem untuk mengelola isi aplikasi Turqiat.id.



Bagian Pencarian

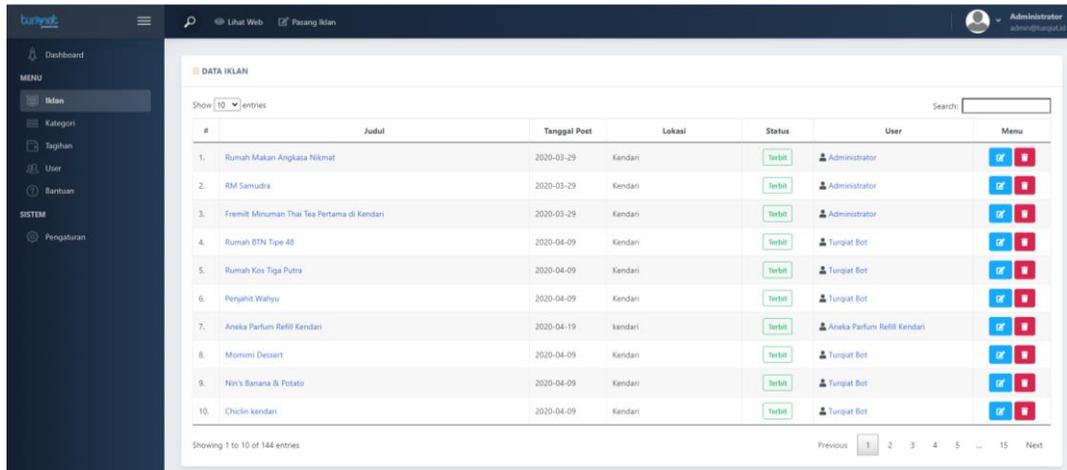
Bagian Kategori

Daftar iklan Terbaru Berdasarkan Kategori

Gambar 3. Salah satu contoh tampilan halaman depan Turqiat.id – Beranda

Salah satu contoh halaman depan adalah beranda yang merupakan halaman awal ketika pengunjung membuka aplikasi seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Aplikasi turqiat.id memiliki 5 menu ketika user tidak login, yaitu: Kategori, Kontak, Bantuan, Masuk dan Daftar. Halaman beranda memiliki 3 bagian utama, yaitu: pencarian, daftar kategori dan daftar iklan terbaru berdasarkan kategorinya.

Halaman admin adalah halaman khusus yang mengelola sistem secara keseluruhan. Salah satu yang paling penting adalah mengelola daftar iklan. Untuk mengelola daftar iklan dari pengelola UMKM admin dapat melakukannya melalui halaman Admin di Daftar Iklan. Halaman tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Halaman Admin – Daftar Iklan

Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan Platform Iklan Digital TURQIAT.ID

Setelah aplikasi Turqiat.id dikembangkan lalu Tim PKM melakukan sosialisasi dan workshop penggunaan sistem. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan selama satu (1) hari dimulai pukul 08.30 – 12.50. Sarana dan prasarana yang digunakan meliputi pengeras suara, LCD, *smartphone*, laptop dan WIFI. Kegiatan pelatihan ini dihadiri oleh 48 peserta dari 70 peserta UMKM yang telah mendaftar sebelumnya.

Peserta pelatihan mendapatkan materi pertama dari Bapak Natalis Ransi, S.Si., M.Cs. Pada materi pertama ini dijelaskan mengenai pentingnya pemasaran digital dan alasan mengapa platform digital lokal dibuat. Materi disampaikan dengan metode ceramah dan diakhir materi diberikan kesempatan kepada peserta dan pemateri untuk melakukan tanya jawab.



Gambar 5. Kegiatan penyampaian Materi 1: Dunia Usaha Digital

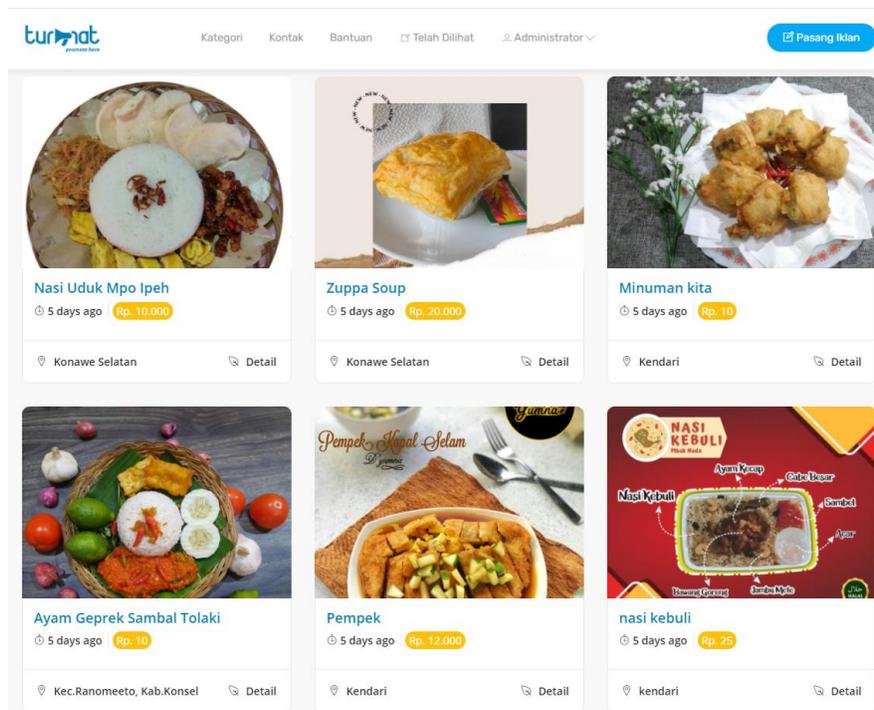
Setelah penyampaian materi 1 selanjutnya Bapak Jumadil Nangi, S.Kom., M.T menyampaikan materi 2: Dunia Usaha Digital mengenai Teknik Pemasaran Digital. Materi 1 dan 2 mengenai Dunia Usaha Digital diberikan di awal untuk membuka wawasan pengusaha UMKM lingkup Sultra khususnya IPEMI.

Sesi selanjutnya adalah inti dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini yaitu sosialisasi dan workshop penggunaan Turqiat.id sebagai platform iklan pegiat UMKM. Sesi ini dibawakan oleh Ibu Ika Purwanti Ningrum Purnama, S.Kom., M.Cs. Materi dibawakan dengan metode ceramah serta demonstrasi agar memudahkan peserta memahami penggunaan platform yang telah dibuat. Dengan memberikan kesempatan peserta praktik maka para pemilik UMKM dapat langsung membuat iklan digital mereka pada Turqiat.id



Gambar 6. Sosialisasi dan Workshop Penggunaan Turqiat.id

Beberapa peserta yang telah terbiasa memanfaatkan aplikasi digital dengan mudah menerapkan aplikasi Turqiat.id untuk membuat iklannya sendiri. Beberapa hasil iklan buatan peserta ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Iklan digital buatan peserta pemilik UMKM

Sesi workshop Turqiat.id dilanjutkan dengan materi desain iklan digital. Desain iklan digital dibagi menjadi dua sesi yaitu desain iklan digital memanfaatkan aplikasi *Adobe Photoshop* dan desain iklan digital memanfaatkan aplikasi *Canva*.

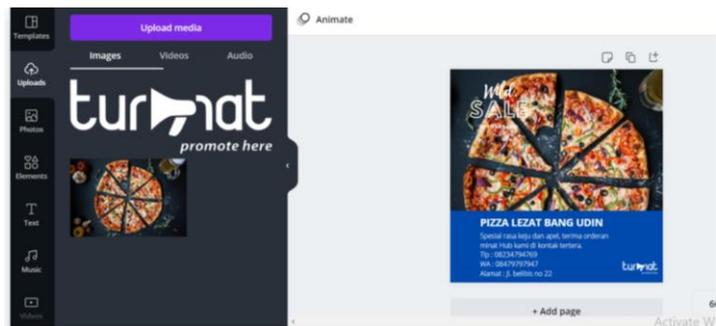
Sesi Desain iklan digital memanfaatkan aplikasi *Adobe Photoshop* dibawakan oleh Asdar. Karena tingkat kesulitan aplikasi *Adobe PS* maka peserta yang dapat mengikuti untuk mempraktikkan aplikasi ini hanya sedikit sekitar 3 – 4 orang. Hal ini dikarenakan *Adobe PS* memang membutuhkan pengetahuan dasar memanfaatkan *tools* di dalamnya.



Gambar 8. Penyampaian materi Desain Iklan Digital dan contoh hasil desain

Setelah itu dilanjutkan dengan materi desain iklan digital memanfaatkan aplikasi Canva yang disampaikan oleh Ikhlas Sul Amal. Aplikasi Canva sangat cocok bagi masyarakat awam karena telah menyediakan *template-template* dan pemanfaatannya yang cukup melakukan *drag and drop* dan mengedit elemen yang sudah ada.

Peserta sangat antusias menggunakan Canva dan ada beberapa peserta yang sudah menggunakan tapi belum terlalu mahir. Beberapa peserta UMKM yang belum memiliki gambar menarik untuk diupload pada iklan digital di Turqiat.id mendesain iklan mereka di Canva dan menguploadnya pada iklan mereka. Desain iklan dengan Canva merupakan materi terakhir dalam kegiatan ini.



Gambar 9. Peserta mempraktikkan desain iklan dengan Canva

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Dengan adanya platform iklan digital lokal Turqiat.id dapat membantu memudahkan pemasaran produk dan jasa dari UMKM di lingkungan IPEMI.
2. Pemberian pengetahuan tentang iklan usaha secara digital dapat memberikan kesadaran pengusaha UMKM untuk memasarkan produk/jasa mereka ke masyarakat luas secara digital di masa pandemik covid-19.

Saran

Diharapkan kegiatan program kemitraan masyarakat dapat terus berlanjut secara kontinu setiap tahunnya karena masih banyaknya aspek platform Turqiat.id dan pemasaran digital yang perlu disampaikan kepada pelaku UMKM Sultra. Kegiatan yang kontinu juga diharapkan dapat membantu masyarakat yang lebih banyak lagi khususnya masyarakat UMKM Sultra.

DAFTAR REFERENSI

- Editorial. (2019, September 12). *Strategi Digital Marketing yang Biasa digunakan UKM*. Retrieved from Divedigital: <https://divedigital.id/strategi-digital-marketing/>
- Fatma. (2020, Juni 30). *Bi Sultra: Sektor UMKM Masih Diyangi Corona*. Retrieved from Berita Kota Kendari: <https://beritakotakendari.com/2020/06/bi-sultra-sektor-umkm-masih-dibayangi-corona/>
- Jayani, D. H. (2020, April 8). *Pemerintah Beri Stimulus, Berapa Jumlah UMKM di Indonesia?* Retrieved from KataData: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/04/08/pemerintah-beri-stimulus-berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.
- Sari, V. D. (2020). Pelatihan Bahasa Inggris Business Letter Writing untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku UMKM dalam Pemasaran Produk Di Bisnis Global. *ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 148-155.
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 41-48.
- Supit, V. (2016, November 27). *UMKM Jadi Sektor Unggulan Sulawesi Tenggara*. Retrieved from Info Nawa Cita: <https://infonawacita.com/umkm-jadi-sektor-unggulan-sulawesi-tenggara/>