

Strategi Digitalisasi UMKM Kota Ternate dalam Menghadapi Pandemi COVID-19

Yetty*¹, Abdurrahman Senuk², Rheza Pratama³

^{1,2}Ilmu Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Khairun, Indonesia

³Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Khairun, Indonesia

*e-mail: y.tarumadoja@gmail.com¹, man.senuk@gmail.com², rhezakonoras@gmail.com³

Abstrak

Hampir diseluruh wilayah Indonesia situasi pandemi COVID-19 bahkan berdampak pada penutupan sementara atau penundaan layanan kesehatan dan publik. Pandemi COVID-19 juga memberi dampak besar bagi perekonomian di seluruh Indonesia termasuk di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara. Permasalahan ditemukan dua masalah utama yang dihadapi Mitra, yaitu proses digitalisasi bisnis yang belum optimal. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah metode partisipatif. keikutsertaan, peran serta atau keterlibatan yang berkaitan dengan keadaan lahiriahnya. Pengertian prinsip partisipasi adalah masyarakat berperan secara aktif dalam tahapan program dan pengawasannya, mulai dari tahap sosialisasi, perencanaan, pelaksanaan, dan pelestarian kegiatan dengan memberikan sumbangan tenaga, pikiran, atau dalam bentuk materil. Program ini punya dampak dan solusi dari Digitalisasi UMKM pada masa pandemi COVID-19 di Kota Ternate adalah Banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buruh yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian Daerah. Berdasarkan pada hasil post-test yang dilakukan oleh Tim PKM ada terdapat peningkatan yang signifikan sebelum dan sesudah pelatihan ini dilaksanakan. Nilai tertinggi adalah 100% dan terendah adalah 27%. Sehingga dapat digambarkan bahwa pelatihan yang telah diberikan mampu memberikan tambahan pengetahuan tentang digital marketing untuk para peserta.

Kata kunci: Digitalisasi, Strategi, UMKM

Abstract

In almost all parts of Indonesia, the COVID-19 pandemic situation has even had an impact on the temporary closure or delay of health and public services. The COVID-19 pandemic has also had a major impact on the economy throughout Indonesia, including in Ternate City, North Maluku Province. Problems found two main problems faced by Partners, namely the business digitization process that has not been optimal. The method used in this PKM activity is a participatory method. participation, participation, or involvement related to the outward circumstances. Understanding the principle of participation is that the community plays an active role in the stages of the program and its supervision, starting from the stage of socialization, planning, implementation, and preservation of activities by contributing energy, thoughts, or material form. This program has the impact and solution of the Digitization of MSMEs during the COVID-19 pandemic in Ternate City. Many MSMEs are experiencing various problems such as decreased sales, capital, hampered distribution, difficulty in raw materials, decreased production, and the occurrence of many layoffs for workers and laborers. which then becomes a threat to the regional economy. Based on the results of the post-test conducted by the PKM Team, there was a significant increase before and after this training was carried out. The highest score is 100% and the lowest is 27%. So, it can be illustrated that the training that has been provided is able to provide additional knowledge about digital marketing for the participants.

Keywords: Digitization, MSME, Strategy

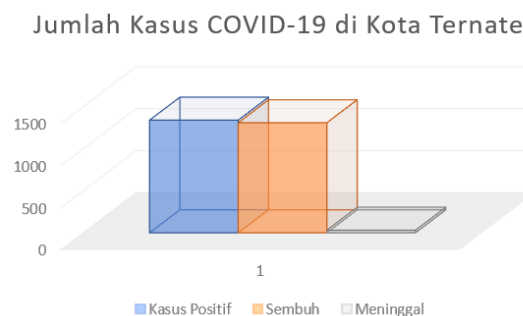
1. PENDAHULUAN

Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sangat berdampak luas pada masalah kesehatan global dan perlambatan perekonomian setiap negara di dunia. Negara mengalami permasalahan yang relatif hampir sama dalam bidang perdagangan, investasi, pertumbuhan ekonomi dan ketenagakerjaan yang sangat rentan mengalami kemunduran pada masa terjadinya krisis ini. Salah satu yang terpengaruh paling besar adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan elemen yang paling banyak menunjang pada perekonomian sebuah

negara. UMKM menjadi pilar dari ketersediaan lapangan pekerjaan terutama bagi penduduk di negara berkembang. Indonesia merupakan negara berkembang yang mempunyai jumlah UMKM yang menyumbang sebanyak 57% PDB negara (Yuningsih et al, 2021). Maka dari itu dengan adanya pandemi ini, UMKM harus bisa beradaptasi dengan cepat untuk mengubah strategi bisnisnya agar dapat bertahan dalam lingkungan yang mengalami perubahan yang sangat besar dengan adanya pandemi ini.

Pemerintah Indonesia telah menetapkan pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sebagai bencana non-alam, sejak diumumkannya kasus konfirmasi pertama pada Maret 2020. Sehingga sejak awal Maret itulah strategi bisnis yang dilakukan oleh UMKM harus mengalami perubahan yang radikal. Hal ini disebabkan oleh kebijakan pemerintah dan organisasi kesehatan dunia (WHO) yang menganjurkan masyarakat untuk menjaga jarak (physical distancing) yang mengakibatkan keengganan pembeli untuk bertransaksi langsung dengan penjual yang ada di pasar, baik pasar tradisional atau pun pasar modern. Hampir diseluruh wilayah Indonesia situasi pandemi COVID-19 bahkan berdampak pada penutupan sementara atau penundaan layanan kesehatan dan publik. Pandemi COVID-19 juga memberi dampak besar bagi perekonomian di seluruh Indonesia termasuk di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara.

Diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di Kota Ternate karena penyebaran COVID-19 yang meningkat di hampir semua kecamatan di kota ternate seperti pada Gambar 1. Sampai saat ini Jumlah kasus di Kota Ternate per Februari 2022 sebanyak 1341 kasus positif sehingga pemerintah dengan tegas membuat kebijakan yang membatasi pergerakan masyarakat.



Sumber: covid19.kemkes.go.id, 2022

Gambar 1. Grafik Jumlah Kasus Covid Kota Ternate

Penetapan kebijakan ini UMKM mengalami penurunan pendapatan akibat dari dampak COVID-19 sehingga UMKM harus mempunyai strategi yang sesuai untuk dapat bertahan dengan keadaan yang tidak dijangka yaitu untuk mengantisipasi penurunan daya beli yang dimiliki oleh konsumen.

Pandemi ini juga mendorong perubahan perilaku konsumen. Semenjak COVID-19 ada, konsumen lebih senang menggunakan dan beralih ke *E-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, go-food dan sebagainya. Minimnya penguasaan teknologi dari pelaku UMKM menyebabkan mereka tidak dapat bersaing dengan *E-commerce* yang sudah ada. Selama ini, strategi penjualan yang dilakukan UMKM hanya fokus menggunakan WOM atau dari mulut ke mulut. Pemasaran secara Online pun masih terbatas pada penggunaan Media Sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook dan lain-lain, namun belum banyak menunjukkan hasil yang signifikan dalam peningkatan daya beli konsumen sehingga kinerja dari UMKM ini juga mengalami penurunan (Survei awal, 2022).

Salah satu Tridharma perguruan tinggi adalah dengan melakukan Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM). Unkhair sebagai salah satu Perguruan Tinggi yang ada di Kota Ternate harus melaksanakan pengabdian dari uraian analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM antara lain Pakesang Home Industry, UKM Batik Tubo, Tabaliku Food, dan beberapa UMKM berskala mikro yang tergabung dalam komunitas UMKM kota ternate. Maka maksud dari pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat adalah memberikan edukasi

kepada mitra untuk meningkatkan standar Hygiene dalam memproduksi produknya dan melakukan pelatihan untuk Strategi Digitalisasi UMKM. Secara umum maksud dari pelaksanaan PKM ini adalah untuk pengembangan strategi digitalisasi UMKM Kota Ternate di masa pandemi.

Salah satu Tridharma perguruan tinggi adalah dengan melakukan Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM). Unkhair sebagai salah satu Perguruan Tinggi yang ada di Kota Ternate harus melaksanakan pengabdian dari uraian analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi oleh Pakesang Home Industry diatas maka maksud dari pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat adalah memberikan edukasi kepada mitra untuk melakukan pelatihan untuk Strategi Digitalisasi UMKM. Secara umum maksud dari pelaksanaan PKM ini adalah untuk pengembangan strategi digitalisasi UMKM Kota Ternate di masa pandemi.

2. METODE

Pada bagian metode penerapan, uraikanlah dengan jelas dan padat metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan dalam kegiatan pengabdian. Hasil pengabdian itu harus dapat diukur dan penulis diminta menjelaskan alat ukur yang dipakai, baik secara deskriptif maupun kualitatif. Jelaskan cara mengukur tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian. Tingkat ketercapaian dapat dilihat dari sisi perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi masyarakat sasaran.

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah metode partisipatif. keikutsertaan, peran serta atau keterlibatan yang berkaitan dengan keadaan lahiriahnya. Pengertian prinsip partisipasi adalah masyarakat berperan secara aktif dalam proses atau alur tahapan program dan pengawasannya, mulai dari tahap sosialisasi, perencanaan, pelaksanaan, dan pelestarian kegiatan dengan memberikan sumbangan tenaga, pikiran, atau dalam bentuk materil (Andriany, 2018). Dari analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi Para Pelaku UMKM di Kota Ternate yang tergabung dalam komunitas UMKM Kota Ternate, maka dapat dinyatakan pemilihan aspek kesehatan dan bisnis yang ditetapkan untuk menyelesaikan dan mencari solusi untuk permasalahan Mitra untuk kegiatan:

Tabel 1. Solusi Permasalahan dan Model Kegiatan

Jenis Aspek	Solusi Permasalahan	Metode Kegiatan
Bisnis	Pembuatan Paltform Digital	Pelatihan, Konsultasi dan diskusi
	Penyuluhan tentang penggunaan Plafrom digital	Pelatihan, Konsultasi dan diskusi
	Penyuluhan tentang penggunaan Platform digital <i>E-commerce</i>	Pelatihan, Konsultasi dan simulasi.

Berikut ini gambar alur kegiatan PKM oleh Tim Pengabdian yang di koordinir oleh ibu Yetty S.E., M.E dari Universitas Khairun kepada Mitra PKM Pelaku Usaha UMKM di Kota Ternate yang tergabung dalam Komunitas UMKM Kota Ternate.



Gambar 2. Alur Kegiatan PKM

Mitra pada Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat adalah Pakesang Home Industry salah satu UMKM yang berlokasi di Kota Ternate yang bisnisnya terkena dampak negatif dari efek pandemi COVID-19, dimana penjualan dan pendapatan bisnisnya menuru drastis. Berdasarkan pada survei awal kepada Mitra, Tim menemukan fakta bahwa Penetapan kebijakan pembatasan sosial dari pemerintah ini membuat UMKM mengalami penurunan pendapatan. Sehingga UMKM harus mempunyai startegi yang sesuai untuk dapat bertahan dengan keadaan yang tidak di prediksi yaitu untuk mengantisipasi penurunan daya beli yang dimiliki oleh konsumen. Konsumen hanya langsung mendatangi dan mengunjungi toko untuk membeli produk yang dijual. Namun karena COVID-19, maka konsumen cenderung untuk tidak berminat dan takut untuk datang ke toko. Pandemi ini juga mendorong perubahan perilaku konsumen. Semenjak COVID-19 ada, konsumen lebih senang menggunakan dan beralih ke *E-commerce* seperti go-food, Shopee, Lazada, Tokopedia, dan sebagainya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil yang dicapai

Pengabdian kepada Masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas. Secara umum program ini dirancang oleh Tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun Ternate untuk memberikan solusi yang berkelanjutan para pelaku bisnis UMKM di kota Ternate yang terkena dampak langsung pandemi COVID-19. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu tugas pokok dari Tridharma Perguruan Tinggi yang harus dilakukan oleh setiap dosen.



Gambar 3. Kegiatan Penyampaian Materi PkM

Hasil yang sudah dicapai dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah:

- Memberikan pembelajaran dan pendampingan terhadap mitra dan peserta (pelaku UMKM Kota Ternate) tentang urgensi sebuah bisnis mempunyai platform digital. Lebih lanjut lagi, Tim meningkatkan pemahaman para pelaku usaha tentang strategi yang efektif dalam menghadapi dampak pandemi COVID-19 salah satunya adalah dengan mengoptimalkan potensi Pemasaran Digital (*E-commerce*).
- Meningkatkan kreativitas dan inovasi bagi peserta dalam penjualan produk mereka dengan memanfaatkan internet, platform desain online dan jenis sub sistem yang mendukung dalam penerapan digitalisasi pemasaran. Secara intens Tim PKM mengajak peserta pelaku UMKM untuk menciptakan konten yang menarik hingga strategi pemasaran melalui instagram dan facebook.
- Pada akhirnya peserta-pun punya pemahaman terkait 4P yang meliputi *Product*, *Packaging*, *Proposition*, dan *Promotion* serta optimalisasi konten digital. Dengan melakukan strategi ini maka pelaku UMKM dapat menentukan dengan cepat dan efektif target pasar agar mudah diterima oleh masyarakat.



Gambar 4. Penyampaian Materi: Digitalisasi UMKM

d. Keterlibatan Mitra

Keterlibatan Mitra UMKM Pakesang dan pelaku usaha mampu memberikan tambahan motivasi dan informasi dalam program pengabdian ini. Tentu hal tersebut akan sangat bermanfaat bagi pengembangan Bisnis ditengah tantangan lingkungan bisnis saat ini, terkhusus dampak pandemi saat ini. Kegiatan ini sangat penting bagi mitra dan pelaku usaha karena dapat memberikan edukasi mengenai cara memperkenalkan produk yang tepat sesuai dengan target dan juga pelaku UMKM dapat melihat peluang serta permasalahan yang akan dihadapi saat ini.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Dampak Pelaksanaan PKM

Perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomi berskala mikro, kecil dan menengah. Unit usaha yang masuk dalam kategori mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. UMKM merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia (Hamid 2010). Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran: (1) sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi; (2) penyedia lapangan kerja terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi serta (5) kontribusinya terhadap neraca pembayaran. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting khususnya dalam perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan serta UMKM juga berperan dalam pembangunan ekonomi pedesaan. Pengembangan UMKM berbasis digital menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM di masa pandemi COVID-19. Meski demikian selama ini pemerintah dengan Kementerian Koperasi dan UKM telah berusaha mendorong terjadi transformasi digital. Pandemi COVID-19 telah membuat tumbuhnya ekosistem kewirausahaan digital.

Ada dua pilihan yang dipertimbangkan oleh masing-masing pelaku UMKM. Pilihan pertama adalah tetap bertahan dengan produk yang telah digeluti selama ini dengan memanfaatkan pasar digital dan diimbangi dengan penjualan secara konvensional. Pilihan kedua adalah tetap bertahan dengan produk baru yang paling dibutuhkan pasar di masa pandemi seperti: masker dan hand sanitizer. Mereka mengaku dua pilihan tersebut memiliki dampak yang berbeda dengan peluang yang seimbang. Pilihan pertama memungkinkan pelaku UMKM untuk belajar pemasaran digital sehingga dengan berjalannya waktu mereka belajar dan merencanakan bagaimana penjualan mereka meningkat. Hal ini memberikan keuntungan jangka panjang bagi pelaku UMKM adalah kesabaran dalam belajar pemasaran digital dan pemasukan omzet sedikit karena bergantung pada pasar konvensional. Pilihan kedua memungkinkan pelaku UMKM memiliki peningkatan pendapatan, terlebih mereka menjual barang yang sangat dibutuhkan di masa pandemi COVID-19. Namun terjadi persaingan usaha yang ketat terlebih keputusan membuat produk baru juga membutuhkan modal yang besar (Andayani, 2021).

Setelah mengikuti kegiatan PKM, Tim Pelaksana dan Mitra mengerjakan beberapa perihal yang dapat meningkatkan kualitas bisnisnya ditengah pandemi saat ini. Aktivitas kegiatan yang dimaksud meliputi proses identifikasi solusi atas pembatasan sosial yang kerap terjadi serta

menurunnya pendapatan karena tuntutan lingkungan bisnis yang membutuhkan strategi bisnis yang lebih muktahir. Strategi UMKM digital merupakan bentuk bisnis yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital, baik proses hingga pada pemasaran produk dan jasa. Dengan kata lain, semua jenis usaha yang menjual produknya secara online baik menggunakan website atau aplikasi termasuk dalam ranah kewirausahaan digital.

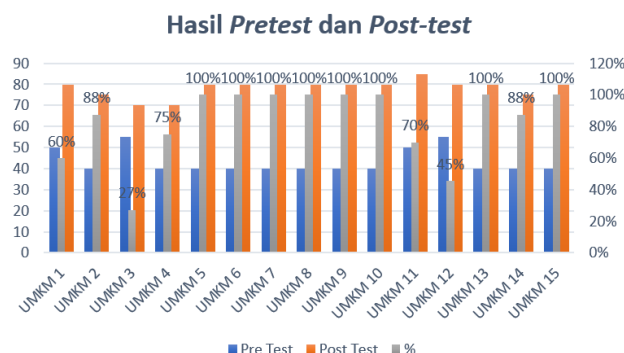
Penggunaan aplikasi *E-commerce* dan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital termasuk ranah kewirausahaan digital. Masa depan kewirausahaan digital bisa menjadi salah satu sektor yang akan banyak memberikan kontribusi positif pada penguatan perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilacak dari menguatnya peran teknologi informasi dalam dunia bisnis. Teknologi digital telah mengubah semua karakter dan sifat model kewirausahaan yang lebih berbasis digital.

Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. Semua perusahaan, khususnya UKM bersaing untuk menjadi yang terdepan dalam era persaingan. Setiap UKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi, sehingga harus mulai memperbaiki diri. UKM yang memiliki daya saing tinggi ditandai dengan kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang andal, penguasaan pengetahuan yang tinggi dan penguasaan perekonomian.

Dari uraian diatas Pelatihan Digitalisasi UMKM mampu berkontribusi untuk meningkatkan pengetahuan, skill mitra dalam menjalankan usahanya dan memberikan dampak yang positif yang berkelanjutan untuk kemajuan UMKM di Kota Ternate. Beberapa yang menjadi perhatian untuk adanya keberlanjutan program ini adalah monitoring dan evaluasi dalam kurun waktu minimal tiga bulan masa pendampingan pasca program PKM tahun 2020. Monitoring dan evaluasi ini lebih kepada adanya peningkatan usaha bagi Mitra setelah mengikuti program ini.

Dampak dan manfaat pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh Tim Dosen Fakultas Ekonomi Unkhair Ternate Tentang Strategi Digitalisasi UMKM adalah: Pertama, meningkatnya wawasan dan skill mahasiswa dalam memahami kewirausahaan, sehingga berdampak pada peningkatan kapasitas dan skill (mahasiswa) yang telah mempunyai usaha dalam menjalankan usahanya mulai dari manajemen usaha (keuangan, analisis peluang, analisis kelayakan usaha dan marketing digital), sampai bagaimana konten digital, sehingga berkualitas dan dapat diterima di pangsa pasar yang lebih luas melalui diversifikasi dan inovasi produk, serta legalitas usaha.

Ketercapaian target luaran dalam program ini meliputi perubahan pengetahuan tentang Digital Marketing, komitmen mengikuti pelatihan, dan inovasi dan kreativitas dalam membuat konten. Ketercapaian target luaran ini diukur dengan menggunakan kuesioner. Selain itu program ini juga menghasilkan produk berupa sirup pala dan sambel. Di bawah ini terdapat grafik-grafik yang menggambarkan perubahan sikap (pengetahuan Digital Marketing, komitmen mengikuti pelatihan, dan inovasi dan kreativitas dalam membuat konten) dari peserta.



(Sumber: diolah Tim PkM, 2022)
Gambar 5. Grafik *Pretest* dan *Post-test*

Berdasarkan pada Grafik diatas ada terdapat peningkatan yang signifikan sebelum dan sesudah pelatihan (PkM) ini dilaksanakan. Nilai tertinggi adalah 100% dan terendah adalah 27%. Sehingga dapat digambarkan bahwa pelatihan yang telah diberikan mampu memberikan tambahan pengetahuan tentang digital marketing untuk para peserta.

Upaya peningkatan pemahaman digital marketing adalah salah satu alternatif yang dilakukan oleh Tim Pelaksana. Selain itu Tim juga generasi/inovator muda untuk mendukung program digitalisasi UMKM melalui program PKM ini. Program ini bertujuan agar selama masa pandemi COVID-19 ini, para pelaku UMKM di Kota Ternate tetap dapat bertahan dengan peningkatan penjualan dengan dukungan ekosistem digital. Pengembangan UMKM berbasis digital di Kota Ternate juga harus memperhatikan banyak hal terutama perihal konten kreatif. Sebab di era digital, konten merupakan pilar utama agar dapat bersaing di ranah digital.

3.2.2. Langkah-langkah Strategis untuk Realisasi selanjutnya

Mengadakan program kemitraan yang serupa pada beberapa UMKM sejenisnya dilingkup kota ternate dan sekitarnya untuk pengelolaan Bisnis yang lebih menekankan pada pendekatan bisnis revolusi digital dengan mengedepankan aspek metodologis yang lebih modern dan efektif sehingga dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat juga lebih luas. Selanjutnya dilakukan sebuah penelitian untuk memperoleh data yang akurat dan ketersediaan data dalam pengambilan keputusan yang tepat untuk pengelolaan bisnis dan Usaha mikro kecil menengah (UMKM) di kota ternate. Dan yang terakhir, agar adanya suatu sinergi yang baik antara pemerintah, pelaku bisnis, maupun masyarakat kota ternate untuk selalu meningkatkan perannya di dalam mendukung pengembangan bisnis digital yang berkelanjutan dan maju.

4. KESIMPULAN

Pengembangan Digitalisasi UMKM di masa pandemi COVID-19 di Kota Ternate yaitu dengan adanya skema pengembangan UMKM digital dapat menjadi salah satu alternatif menyelamatkan pelaku usaha di tengah pandemi COVID-19. Pengembangan UMKM berbasis digital menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM di masa pandemi COVID-19. Dampak dan solusi dari Digitalisasi UMKM pada masa pandemi COVID-19 di Kota Ternate adalah Banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buruh yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. Solusinya perlu adanya inovasi dan kreatifitas dari pelaku UMKM agar usahanya dapat terus bertahan dan berkembang dengan model strategi (marketing) digital akan mendorong terciptanya inovasi baru sehingga dapat menciptakan ekosistem baru bagi UMKM yang bisa meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan rakyat Indonesia. Selain itu dengan teknik ini para pelaku UMKM akan terus bermotivasi memanfaatkan teknologi dalam jaringan untuk memasarkan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzari, S. (2020). Evaluasi dan Kendala Pengawasan Post Market Pangan Olahan Industri Rumah Tangga oleh BPOM RI
- Andriany, D., Hasibuan, L. S., & Rahayu, S. E. (2018). Pengembangan model pendekatan partisipatif dalam memberdayakan masyarakat miskin kota Medan untuk memperbaiki taraf hidup. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4B), 433-445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital

- technology and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 11979.
- Hafel, M., Umasugi, M., & Pratama, R. (2021). Scale Up Aspek Manajerial UMKM Kota Ternate di Masa Pandemi. *Jurnal Abdidias*, 2(6), 1289-1294.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding*, 9(1).
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Wijoyo, H. (2020). Digitalisasi umkm pasca pandemi COVID-19 di riau. *Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara*, 12-16.
- Yetty, Y., Pratama, R., & Fahri, J. (2020). Pengembangan Ekowisata dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Lokal di Desa Maitara Tengah Kecamatan Tidore Utara. *Jurnal Abdidias*, 1(5), 442-449.
- Yuningsih, S., Sudya, R., Amhal, H. I., & Gupitasari, F. (2021). Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Mie Ayam Melalui Sistem Digitalisasi Pada Masa Pandemi COVID-19 Di Wilayah Cinere, Kota Depok, Jawa Barat. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).