

Pembuatan *E-Catalog* Guna Upaya Peningkatan Ekonomi Desa Wringinsongo Di Era *New Normal*

Arinalhaq Fatachul Aziiz^{1,*}, Rizky Ardiansyah², Isa Mahfudi³,
Didit Jefry Adyanto⁴, Kristina Widjajanti⁵, Hadiwiyatno⁶

^{1,2,3,4,5,6}Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Malang

e-mail: ^{1,*}arinalmath@polinema.ac.id, ²rizkyardiansyahi@polinema.ac.id, ³isa_mahfudi@polinema.ac.id,
⁴diditjefry@polinema.ac.id, ⁵kristina@polinema.ac.ad, ⁶Hadiwiyatno@polinema.ac.id

Abstrak

Pembuatan E-catalog guna untuk promosi produk dari UMKM Desa Wringinsongo perlu untuk dilaksanakan. seperti yang telah dijelaskan oleh hasil survei sebelumnya terkait promosi dan produk UMKM Desa Wringinsongo yang telah terdampak covid 19 sehingga pengunjung wisata di daerah tersebut sepi maka dari itu warga perlu solusi untuk bisa menjangkau pembeli dengan cara lain yaitu secara online. E-catalog yang dibuat dan dilatihkan akan membantu pelaku UMKM Desa Wringinsongo untuk menjangkau pembeli yang tidak berada di kawasan wisata desa wringinsongo. Tim pengabdian juga melengkapi fitur dalam E-catalog untuk membeli langsung secara offline jika pengunjung wisata sudah ramai kembali. Hasil dari Pengabdian ini adalah E-catalog untuk promosi produk UMKM Desa Wringinsongo dan pelaku UMKM Desa Wringinsongo yang terampil dalam menggunakan E-catalog

Kata kunci—promosi, e-catalog, UMKM

1. PENDAHULUAN

Dampak pada sektor ekonomi akibat pandemi covid-19 di Indonesia antara lain terjadinya PHK, terjadinya PMI Manufacturing Indonesia, penurunan impor, peningkatan harga (inflasi) serta terjadi juga kerugian pada sektor pariwisata yang menyebabkan penurunan okupansi [1]. UMKM Desa Wringinsongo adalah salah satu contoh pelaku usaha kecil yang terdampak oleh covid-19. Dampak tersebut berupa sepi pengunjung wisata yang mengunjungi kawasan wisata di desa Wringinsongo. Penurunan jumlah pengunjung wisata yang sangat signifikan membuat pembelian produk UMKM menurun, hal ini mengakibatkan pelaku UMKM Desa Wringinsongo mengalami kerugian yang cukup parah. Dampak yang lebih parah dialami oleh produk olahan makanan seperti jamu dan keripik produksi warga desa Wringinsongo. Jamu dan keripik yang merupakan produk UMKM Desa Wringinsongo harus segera dibuang karena telah kadaluarsa.

Kondisi kelangkaan jumlah pembeli sangat perlu untuk mendapat penanganan dengan segera. Sektor usaha kecil jika tidak segera menyesuaikan dengan keadaan akan cepat hilang. Hilangnya beberapa usaha kecil dan menengah akan sangat mempengaruhi perekonomian negara kita.

Pembatasan aktivitas akibat pandemi Covid-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi secara nasional [2]. Kerugian itu hanya akan tertutupi apabila krisis dapat diakhiri sebelum menimbulkan kebangkrutan usaha secara massal. Selain itu dampaknya adalah jumlah kasus Covid-19 yang semakin meningkat melemahkan perekonomian nasional maupun internasional. Berbagai sektor bisnis mengalami perlambatan akibat virus Covid-19 [3]. Mulai dari sektor pariwisata, penerbangan, perhotelan, farmasi, alat berat, otomotif, perkebunan hingga pertambangan batubara. Hasil penelitian lain juga dikemukakan, yaitu dampak wabah Covid-19 kepada perekonomian dialami oleh seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia yang mengalami dampak perekonomian yang sangat besar [4]. UMKM dalam hal ini menjadi bagian yang sangat terpukul dan terdampak dalam krisis ini, memperhatikan kontribusi UMKM terhadap jumlah unit usaha, sumbangan PDB, serapan tenaga kerja, ekspor dan investasi terhadap perekonomian Indonesia yang sangat besar dan signifikan, maka menjadi perhatian penting bagi pemerintah untuk membantu dalam memulihkan dan membangkitkan UMKM di Indonesia dengan berbagai bantuan dan kebijakan pemerintah yang dapat mendukung bisnis UMKM.

fakta menunjukkan secara keseluruhan pandemi covid-19 telah membuat beberapa usaha menjadi bangkrut, namun di lain sisi terdapat usaha yang bahkan lebih berkembang. Jual beli *online* adalah salah satu contoh usaha yang semakin berkembang dibalik pandemi covid-19. Media sosial sangat berperan dalam meningkatkan penjualan *online* saat Pandemi Covid-19 [5]. Media sosial yang digunakan, yaitu Facebook, Instagram, Twitter, Line, dan Whatsapp. Fungsi setiap media sosial tersebut dalam memasarkan produk secara *online* berbeda-beda. Pandemi Covid-19 di Indonesia berpengaruh cukup signifikan terhadap pola penggunaan *E-commerce* oleh masyarakat sebagai sarana pemenuhan kebutuhan [6]. Peningkatan ini terlihat pada kuartal pertama tahun 2020 yang bertepatan dengan awal kemunculan kasus pertama covid-19 di Indonesia, dan terus meningkat pada kuartal kedua sebanyak 38% hingga saat ini. salah satu *market place* di indonesia juga mengalami banyak keuntungan seperti hasil penelitian yang menyebutkan bahwa pertama, keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara *online* pada Lazada di Kota Sukabumi [7]. Responden mempertimbangkan indikator keragaman produk paling tinggi pada kesesuaian dengan kebutuhan. Kedua, kepercayaan berpengaruh minat beli secara *online* pada Lazada di Kota Sukabumi. Responden mempertimbangkan indikator harga paling tinggi pada kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Belajar dari keadaan pandemi tersebut maka tim pengabdian berinisiatif untuk memberikan penyelesaian masalah terhadap UMKM desa Wringinsongo. Penyelesaian masalah yang diberikan oleh tim pengabdian adalah berupa penambahan bentuk promosi yang sebelumnya hanya secara *offline* kini menjadi promosi secara *offline* maupun *online*. tim pengabdian percaya bahwa dengan penambahan promosi secara *online* akan bisa menjangkau calon pembeli yang berada ditempat yang jauh. Jika para pelaku UMKM desa wringinsongo sudah dapat menjangkau pembeli yang jauh maka sudah tidak perlu hanya menggantungkan pembelian terhadap jumlah pengunjung wisata desa wringinsongo. Pengaruh *E-Commerce* terhadap perkembangan UMKM adalah meningkatkan penghasilan, peningkatan aset dan bentuk usaha, peningkatan produksi barang, mempermudah pemasaran dan promosi serta jangkauan pasar yang lebih luas dan tanpa batas [8].

Hasil penelitian terhadap *E-catalog* menyebutkan adanya peningkatan jumlah

pelanggan secara signifikan pada bulan ke-4,5, dan 6 [9]. Hasil sosialisasi dan pelatihan menunjukkan terjadi peningkatan pemahaman mitra dalam menggunakan serta memanfaatkan internet sebagai media pemasaran rata-rata sebesar 76%. Akan tetapi, jika penggunaan *e-catalog* tidak didorong dalam masyarakat maka sulit untuk diterapkan sebagaimana yang disebutkan dalam penelitian sebelumnya, pemerintah telah mendorong pemanfaatan sistem *e-catalog* bagi UMKM, salah satunya adalah partisipasi UMKM dalam produk lokal *e-catalog* [10]. Pada pelaksanaannya pemanfaatan sistem *e-catalog* bagi UMKM masih kurang, terbukti dengan masih minimnya pemanfaatan sistem *e-catalog* oleh UMKM karena masih terbatasnya modal dan informasi terkait penggunaan sistem *e-catalog*. Pembuatan *e-catalog* dan mengajarkan kepada pelaku UMKM Desa Wringinsongo cara menggunakan *E-catalog* adalah upaya yang dipilih oleh tim pengabdian guna untuk menambah pemasaran produk secara *online*. Pembuatan dan pengajaran cara penggunaan *e-catalog* dirasa bisa diterapkan di lingkungan UMKM Desa Wringinsongo karena sifatnya yang sederhana dan mudah untuk dipahami maupun diterapkan.

2. METODE

Tujuan dilaksanakan kegiatan pemberian *E-catalog* beserta edukasi penggunaan *E-catalog* kepada UMKM Desa Wringinsongo adalah:

1. Mengenalkan *E-catalog* yang merupakan alat bantu untuk mempromosikan produk UMKM Desa Wringinsongo secara *online*.
2. Pelaku UMKM Desa Wringinsongo mampu menggunakan *E-catalog* yang telah dibuat oleh tim pengabdian dengan baik untuk mempromosikan produk mereka secara *online* sampai bisa menjangkau pembeli.
3. Memberikan bantuan berupa *E-catalog* kepada UMKM Desa Wringinsongo.

Sasaran target adalah Pelaku UMKM Desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang, sehingga:

1. Sasaran secara langsung adalah Pelaku UMKM Desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang yang Terdiri dari berbagai penjual produksi rumah tangga yang tersebar di beberapa rumah warga bisa menggunakan *E-catalog* yang telah dibuat oleh tim pengabdian untuk mempromosikan produk mereka.
2. Desa Wringinsongo kecamatan tumpang

kabupaten malang meningkat kesejahteraannya dengan dimudahkannya melakukan promosi secara *online* melalui *E-catalog* yang telah dibuat tim pengabdian.

2.1 Pelaksanaan Kegiatan

Pemberian edukasi penggunaan media promosi *E-catalog* akan diberikan dengan metode presentasi dan tanya jawab. presentasi penggunaan *E-catalog* akan dilakukan oleh tim pengabdian yang sudah sangat berpengalaman dalam bidang sistem informasi. Pengalaman tersebut berasal dari gelar dan jenjang yang diperoleh oleh tim pengabdian.

Dalam pemberian edukasi mengenai penggunaan *E-catalog* tim pengabdian lebih memilih untuk memberikan presentasi dengan menggunakan LCD mengingat peserta yang banyak dan berada pada tempat yang luas. Sebelum dilakukan pemaparan materi, seluruh peserta diberikan soal yang berupa kuesioner (pretest) untuk mengetahui pengetahuan dasar promosi secara *online* menggunakan *E-catalog*. Setelah itu dilakukan pemaparan materi kepada pelaku UMKM Desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang yang dilakukan oleh tim PPM dengan materi pelatihan sebagai berikut:

1. Pengenalan *E-catalog* sebagai media promosi secara *online* yang mampu menjangkau calon pembeli dari berbagai tempat dan kalangan.
2. Pemberian contoh cara menggunakan *E-catalog* secara sederhana untuk memperlihatkan produk UMKM dan untuk melakukan kontak dengan pembeli baik secara *online* maupun *offline*.
3. simulai penggunaan *E-catalog* melalui *smartphone* oleh warga pakis yang menjadi pelaku UMKM.
4. Tanya jawab.
Narasumber mengenalkan bentuk dan tampilan *E-catalog* secara *online* di layar HP maupun di laptop untuk media promosi produk UMKM Desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang, serta contoh penggunaan *E-catalog* secara langsung di depan parapelaku UMKM Desa Wringinsongo. Setelah itu peserta melakukan simulasi penggunaan *E-catalog* untuk melihat produk mereka secara *online* dan melihat menu seperti komposisi nomer telepon beserta harga dari produk tersebut.

Selama kegiatan berlangsung, semua peserta dapat secara langsung bertanya kepada narasumber

maupun Tim Pengabdian Pada Masyarakat yang mendampingi apabila terdapat materi penggunaan *E-catalog* untuk promosi secara *Online* yang belum dipahami. Pada akhir kegiatan, seluruh peserta diberikan kesempatan untuk menanyakan hal yang ingin didiskusikan atau masukan untuk pengembangan *E-catalog* yang telah dibuat ataupun untuk bertanya hal yang kurang dipahami dari pemaparan *E-catalog*.

2.2 Rancangan Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan beberapa metode, yaitu sebagai berikut:

1. Diskusi dan tanya jawab setelah pemberian materi berupa presentasi oleh tim pengabdian.
2. Kemampuan pelaku UMKM Desa Wringinsongo dalam menggunakan *E-catalog* sebagai media promosi secara *online*.
3. Peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM Desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.

2.3 Rancangan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan edukasi ini dilaksanakan dengan tahapan seperti disajikan pada Tabel 1 di bawah.

Tabel 1. Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat

No.	Kegiatan
1	Survei dan analisis data primer ke desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.
2	Penjelasan kegiatan dan penandatanganan kontrak dengan ibu Ernawati selaku ketua UMKM Desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.
3	Pelaksanaan pretest untuk mengetahui wawasan pelaku UMKM terhadap media promosi <i>online</i> <i>E-catalog</i>
4	Pelaksanaan kegiatan dengan presentasi dan tanya jawab penggunaan <i>E-catalog</i> sebagai media promosi <i>online</i> .
5	Pelaksanaan posttest untuk melihat tingkat keterserapan materi pada presentasi <i>E-catalog</i>
4	Monitoring dan evaluasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pengabdian ini dikerjakan selama satu kali pertemuan dengan jumlah peserta 7 orang yang terdiri dari bapak kepala desa Wringinsongo, ketua UMKM Desa Wringinsongo dan beberapa warga pelaku UMKM desa Wringinsongo. dimungkinkan tidak semua pelaku UMKM bisa hadir dalam acara ini dikarenakan kesibukan sehari-hari. namun demikian informasi yang telah disampaikan sudah sangat jelas sehingga warga lain yang hadir akan bisa memberikan kesimpulan dan bahkan menceritakan kembali isi dari presentasi kepada warga lain sesama pelaku UMKM yang tidak hadir dalam pemberian materi oleh tim pengabdian. berikut adalah foto pengabdian yang dilakukan di desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.



Gambar 1. Foto Pelaksanaan Kegiatan PPM

Sebelum kegiatan dimulai bapak kepala desa Wringinsongo memberikan sambutan dengan antusias dan menyemangati para pelaku UMKM untuk memperhatikan penjelasan dari pemateri sekaligus menanyakan jika dirasa ada hal yang kurang dipahami. bapak kepala desa juga mengingatkan bahwa jika ini adalah salah satu sarana yang bisa digunakan untuk bisa mengangkat kesejahteraan masyarakat desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang. Bapak kepala desa pada akhir sesi juga tidak lupa mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada tim pengabdian dari Politeknik Negeri Malang karena telah mempersiapkan semuanya untuk membantu desa Wringinsongo guna untuk mensejahterakan masyarakatnya.

Soal pretest diberikan kepada peserta pengabdian oleh tim dengan tujuan mengetahui pemahaman peserta tentang media promosi *online*

berupa *E-catalog* sebelum presentasi dimulai. Peserta yang telah menerima lembar pretest bisa langsung memulai mengisi lembar tersebut dan memilih jawaban yang paling sesuai dengan diri masing-masing. tim pengabdian memberikan waktu 10 menit untuk peserta sampai selesai mengisi semua pertanyaan pada soal pretest. setelah semua peserta selesai maka tim pengabdian mengambil jawaban tersebut untuk diproses lebih lanjut.

Tim pengabdian memulai presentasi setelah bapak kepala desa Wringinsongo mempersilahkan untuk memulai. Saudara rizki selaku anggota dari tim pengabdian di tunjuk untuk mewakili tim pengabdian guna menjelaskan penggunaan *E-catalog* kepada pelaku UMKM Desa Wringinsongo. pemilihan pemateri berdasarkan latar belakang pendidikan saudara rizki yang berasal dari sistem informasi sehingga dianggap paling mampu untuk menjelaskan secara lebih baik diantara semua anggota pengabdian yang lain. setelah memastikan bahwa LCD dan audio siap untuk digunakan mulai ditayangkan slide untuk presentasi *E-catalog*.

Penjelasan tentang *E-catalog* disusun cukup sederhana dengan tujuan mudah dipahami bagi kalangan pelaku UMKM Desa Wringinsongo. tampilan pertama dari *E-catalog* adalah judul dari laman *E-catalog* yang menunjukkan dengan jelas maksud dan tujuan dari laman tersebut. tujuan dari *E-catalog* yang berbentuk web sangat jelas untuk memasarkan produk dari UMKM Desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang. tim pengabdian menampilkan gambar produk setelah laman judul *E-catalog* dengan tujuan agar lebih representatif tentang produk dari UMKM. setiap gambar produk yang ditampilkan di laman *E-catalog* maka sudah disematkan link untuk membuka informasi lebih lanjut produk tersebut. kita hanya cukup meng klik gambar yang dimaksud untuk membuka informasi lebih detail terkait gambar yang ingin kita cari informasinya. berikut ini adalah contoh tampilan web *E-catalog* yang telah dibuat.



Gambar 2. Tampilan website *E-catalog*

Informasi yang terkait gambar sementara hanya berupa komposisi produk, harga produk, dan nomor yang bisa dihubungi jika ingin melakukan pesenan atau pembelian produk UMKM. tim pengabdian siap untuk memberikan informasi tambahan pada link spesifikasi produk jika diperlukan. Jika dari pihak UMKM sudah memiliki *marketplace* untuk menjualkan produk secara *online* maka tim pengabdian bisa memberikan tambahan link yang langsung mengarah ke *marketplace* yang dimaksud. jika dari UMKM juga sudah memiliki instagram atau media sosial lainnya maka link juga bisa ditambahkan untuk menambah informasi dari produk UMKM dan memberikan kemudahan bagi para penjual.

Tim pengabdian juga menyiapkan *barcode* untuk menuju link *E-catalog* yang telah dibuat. Pembuatan *barcode* ini dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan para calon pembeli ketika akan mencari informasi tentang produk dan berkeinginan untuk mencari tahu produk yang ada. calon pembeli tidak perlu lagi untuk mengetik alamat web dan hanya cukup men-*scan barcode* maka secara langsung akan diarahkan ke *E-catalog* Desa Wringinsongo. Berikut merupakan tampilan *barcode* untuk mengunjungi *E-catalog* desa Wringinsongo.



Gambar 3. *Barcode E-catalog*

Gambar 3 adalah *barcode* yang akan mengarahkan ke *E-catalog* desa Wringinsongo. tim pengabdian memberikan tulisan pada *barcode* tersebut “*scan produk*” yang bermakna bahwa jika ingin melihat produk dari UMKM Desa Wringinsongo bisa dengan meng-*scan barcode*. Selain itu, tim pengabdian juga melengkapi simbol Politeknik Negeri malang yang menandakan bahwa ini adalah salah satu bentuk dari pengabdian yang

dilakukan para dosen Politeknik Negeri Malang. *barcode* tersebut bisa di letakan di tempat-tempat yang sering dijangkau oleh orang banyak salah satunya adalah tempat wisata didesa Wringinsongo. Dengan adanya informasi nomor yang bisa dihubungi untuk pembelian produk maka sangat memungkinkan untuk dilakukan juga transaksi secara *offline* dengan mendatangi tempat wisata.

Pada akhir sesi presentasi pemateri memberikan kesempatan untuk menanyakan hal yang kurang dipahami atau hal yang ingin diusulkan demi *E-catalog* yang lebih baik. setiap peserta terlihat sangat memahami materi sehingga tidak menimbulkan satupun pertanyaan. pemateri menyimpulkan bahwa semua peserta telah memahami cara penggunaan *catalog* sehingga materi ditutup.

Tim pengabdian memberikan soal posttest setelah presentasi dan tanya jawab selesai. Tujuan pemberian soal ini adalah untuk mengetahui seberapa banyak materi bisa diserap oleh peserta pengabdian. setelah data posttest terkumpul maka tim pengabdian segera menyimpannya untuk proses selanjutnya.

3.2 Hasil Evaluasi

Hasil evaluasi pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan:

1. Evaluasi terhadap penyerapan materi penggunaan *E-catalog* telah dikuasai para peserta pengabdian yang terdiri dari pelaku UMKM Desa Wringinsongo dengan memperhatikan pemateri dan tidak ada pertanyaan yang timbul dari penjelasan pemateri. selain itu berdasarkan data pretest yang menunjukkan nilai rata-rata penguasaan sebanyak 31,94% dan nilai posttest yang memiliki rata-rata 67.35% maka dapat disimpulkan terdapat peningkatan pemahaman sebanyak 35.41% setelah presentasi dilaksanakan.
2. Evaluasi terhadap kebermanfaatan bentuk pengabdian *E-catalog* guna untuk memasarkan produk UMKM Desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang tepat sasaran sesuai dengan hasil kuesioner kepuasan mitra yang menunjukkan nilai yang sangat baik.
3. Evaluasi bahwa *E-catalog* bisa memberikan bentuk promosi secara *online* telah dibuktikan dengan web *E-catalog* yang telah selesai dibuat dan dapat diakses baik dari komputer

maupun dari *smartphone*.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Pembuatan *E-catalog* guna upaya peningkatan ekonomi desa Wringinsongo di Era New Normal telah selesai dan bisa diterima oleh masyarakat pelaku UMKM dengan sangat antusias. antusiasme masyarakat terhadap pengabdian ini berdasarkan fakta bahwa *E-catalog* memberikan kesempatan bagi mereka untuk meningkatkan jumlah penjualan dengan promosi secara *online*. para warga yang menjadi pelaku UMKM tidak hanya bisa mengandalkan pengunjung wisata Desa Wringinsongo saja namun juga bisa menjangkau tempat lain yang lebih jauh. peningkatan pemahan terhadap media promosi *online* dengan menggunakan *E-catalog* juga meningkat sebanyak 35,41% berdasarka data pretest dan posttest.

Respon peserta pengabdian juga sangat antusias untuk mengikuti pemberian materi *E-catalog* dan bapak kepala desa Wringinsongo juga sangat antusias untuk terus berupaya membangkitkan perekonomian masyarakat.

5. SARAN

1. Saran untuk kegiatan ini adalah diadakan pengabdian yang serupa sehingga masa sewa domain *E-catalog* bisa diperpanjang dan melengkapi vitur *E-catalog* dengan lebih baik.
2. Saran untuk pelaku UMKM adalah memanfaatkan *barcode* yang telah dibuat tim pengabdian dengan meletakkan di tempat yang strategis sehingga bisa memudahkan calon pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih tim pengabdian pada masyarakat sampaikan kepada Politeknik Negeri Malang serta peserta kegiatan yaitu warga pelaku UMKM Desa Wringinsongo Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yamali, F. R., & Putri, R. N., 2020, *Dampak covid-19 terhadap ekonomi indonesia*. Ekonomis: *Journal of Economics and Business*, 4(2), 384-388.
- [2] Hadiwardoyo, W., 2020, *Kerugian ekonomi*

nasional akibat pandemi Covid-19. Baskara: *Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83-92..

- [3] ahtiar, R. A., & Saragih, J. P., 2020, *Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm*. *Jurnal Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(6), 19-24.
- [4] Thaha, A. F., 2020,. *Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147-153.
- [5] Pratiwi, A. A. M., 2020, *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19*. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73-81.
- [6] Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H., 2021, *Analisa transaksi belanja online pada masa pandemi COVID-19*. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32-37.
- [7] Putri, T. C., & Gunawan, C., 2021, *Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial (Embiss)*, 1(2), 56-65.
- [8] Lismula, R. J. A., 2020,. *Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat*. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 107-1
- [9] Bukit, F. R. A., AS, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F., 2019, *Pembuatan Website Catalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner*. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229-236.
- [10] Iqbal, M., 2020, *Pengaruh Pelaksanaan E Catalog Dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Terhadap UMKM*. *Jurnal USM Law Review*, 3(1), 77-97