

Pengembangan *E-Commerce Mitrapurwo.id* untuk Mendukung Usaha Mikro Kecil Menengah Desa Purwojati Kabupaten Mojokerto

Neni Wahyuningtyas¹, Khofifatu Rohmah Adi², Yuniar Rosyidah³, M. Annas Waladul Mufid⁴, Lisyazuliasyari⁵

Universitas Negeri Malang^{1,2,3,4,5}

neni.wahyuningtyas.fis@um.ac.id^{1*}, khofifatu.rohmah.fis@um.ac.id², yuniar.rosyidah@um.ac.id³, khoirulannas900@gmail.com⁴, lisyazuliasyari@gmail.com⁵

Abstract

The economic activity sector is one of the many sectors of life affected by the Covid-19 pandemic. Many economic actors, such as traders and entrepreneurs, have experienced a decline in sales turnover of their products. On the other hand, traders who initially only relied on conventional sales methods and had low knowledge and skills in using IT were increasingly constrained in marketing their products. This is because they do not have a back-up plan to market their products. So an innovation was born that was offered by the Social Services of Social Studies Program Universitas Negeri Malang to develop a simple e-commerce platform that could be utilized and managed completely independently by the community and UMKM actors in Purwojati Village. This innovation has gone through the validation test stage by experts and potential users so that it is suitable for use and implementation as a means or media for promotion and marketing of MSME products for the Purwojati Village community, and can expand market reach, increase sales, and encourage digitalization of the economy in this village.

Keywords: *UMKM; E-commerce; Product feasibility; Economic digitalization.*

Abstrak

Sektor kegiatan ekonomi merupakan salah satu dari sekian banyak sektor kehidupan yang terkena dampak pandemi Covid-19. Banyak para pelaku ekonomi seperti pedagang dan pengusaha yang mengalami penurunan omset penjualan produknya. Disisi lain, para pedagang yang awalnya hanya mengandalkan metode penjualan secara konvensional dan memiliki pengetahuan serta keterampilan yang rendah terhadap penggunaan IT semakin terkendala dalam memasarkan produknya. Hal ini karena mereka tidak memiliki *back up plan* untuk memasarkan produknya. Sehingga lahirlah sebuah inovasi yang ditawarkan oleh Tim Abdimas Prodi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Negeri Malang untuk mengembangkan sebuah platform *e-commerce* sederhana yang dapat dimanfaatkan dan dikelola sepenuhnya secara mandiri oleh masyarakat dan para pelaku UMKM di Desa Purwojati. Inovasi ini telah melalui tahap uji validasi oleh ahli dan calon pengguna sehingga layak digunakan dan diimplementasikan sebagai sarana atau media promosi dan pemasaran produk UMKM masyarakat Desa Purwojati, serta dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta mendorong digitalisasi ekonomi di desa ini.

Kata kunci: *UMKM; E-commerce; Kelayakan produk; Digitalisasi ekonomi.*

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 menyebabkan dampak yang signifikan pada berbagai sektor kehidupan. Salah satunya dalam sektor perekonomian. Pandemi ini menyebabkan perubahan pola kegiatan ekonomi yang awalnya sebagian besar dilaksanakan secara konvensional dipaksa menyesuaikan kondisi sehingga dilakukan secara online agar tetap bisa berjalan. Begitu juga yang dihadapi oleh para pelaku UMKM yang merupakan salah satu roda penggerak perekonomian nasional seperti yang dialami oleh para pelaku UMKM di Desa Purwojati Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto.

Para pelaku UMKM di Desa Purwojati mengalami penurunan omset penjualan produknya secara drastis ketika pandemi melanda terutama sejak April 2020 (Bahtiar, 2021). Contohnya, sebelum pandemi para pengusaha kripik pisang memiliki omset penjualan produk mencapai 10 kg per hari, namun ketika pandemi melanda mereka hanya mampu memasarkan produknya sebanyak 2 kg per hari. Kondisi ini menggambarkan bahwa penurunan omset pemasaran produk para pelaku UMKM mencapai lebih dari 30% (Bahtiar, 2021).

Permasalahan tersebut disebabkan oleh berbagai faktor yang cukup kompleks. *Pertama*, banyak masyarakat kehilangan sumber mata pencaharian seperti pemutusan hubungan kerja secara sepihak oleh beberapa perusahaan guna melakukan efisiensi (Sugiri, 2020), *kedua* menurunnya daya beli masyarakat karena adanya pembatasan sosial yang bertujuan untuk memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19, sehingga aktivitas dan ruang gerak masyarakat menjadi terbatas (Utami, 2021) karena salah satu tempat pemasaran produk UMKM Desa Purwojati dilakukan utamanya di pasar tradisional. Tentunya ini sangat berdampak bagi kelangsungan ekosistem dan stabilitas kegiatan ekonomi

bagi para pengusaha atau pelaku UMKM. Terutama para pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk melakukan pemasaran secara online/digital.

Permasalahan tersebut di atas diperparah dengan kondisi ekonomi global yang semakin tidak menentu bahkan diprediksi akan mengalami resesi atau pelambatan pada tahun 2023 (Calvin, 2023). Pelemahan ekonomi ini selain dipengaruhi oleh pandemi Covid-19 juga dipicu oleh terjadinya perang Ukraina dengan Rusia pada 2022, kenaikan suku bunga, dan inflasi yang tidak terkendali (Haryanto, 2022). Hal ini menyebabkan kenaikan harga kebutuhan pokok, bahan baku industri, dan bahan bakar, dimana dampak lebih lanjutnya mempengaruhi keberlangsungan sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia yang mengalami penurunan omset penjualan dan pendapatan karena menurunnya daya beli masyarakat.

Menurunnya daya beli dan omset penjualan produk UMKM yang terjadi pada masa pandemi disisi lain juga dibarengi oleh peningkatan omset beberapa jenis produk, terutama produk kesehatan, obat-obatan, masker, *strap mask*, dan produk herbal. Permasalahan ini menjadi semakin kompleks. Stabilitas dan peningkatan penjualan berbagai jenis produk di masa pandemi pada kenyataannya hanya dialami oleh para pedagang atau pengusaha yang sudah mampu melakukan promosi dan penjualan produknya secara online/digital melalui berbagai platform *e-commerce*. Sehingga para pedagang dan pengusaha yang hanya mengandalkan sistem promosi dan penjualan secara konvensional, terlebih lagi hanya di lingkup lokal semakin kesulitan mempertahankan omset penjualan produknya. Akhirnya hal tersebut mempengaruhi pendapatan atau penghasilan para pedagang dan pengusaha, yang basicnya bekerja pada sektor informal. Berbeda dengan sektor pekerjaan

formal yang tidak banyak terpengaruh oleh situasi pandemi ini dan hanya perlu menyesuaikan sistem kerja saja.

Permasalahan ini membuat para pedagang dan pengusaha pelaku UMKM kebingungan dan berusaha untuk memutar otak dalam menghadapi permasalahan ini, sehingga membutuhkan waktu yang cukup panjang untuk mencari alternatif solusinya. Para pelaku UMKM di Desa Purworejo membutuhkan sebuah alternatif solusi yang inovatif, tujuannya dapat mempertahankan usahanya agar tetap dapat bertahan, stabil, bahkan meningkat. Para pelaku UMKM diharuskan dapat beradaptasi dengan kondisi dan situasi yang ada, dimana perputaran usaha saat ini tidak bisa dilakukan hanya dengan mengandalkan metode konvensional, melainkan juga harus memanfaatkan penggunaan teknologi digital. Tujuannya adalah untuk mempermudah adanya koneksi antara sistem informasi produksi teknologi dengan mesin fisik, sehingga dapat mendorong transformasi digital pada industri konvensional dengan pemanfaatan *big-data*, sehingga dapat membantu dalam penentuan arah dan tujuan dalam bisnis (Rosita, 2020).

Disisi lain, masyarakat dan para pelaku UMKM di Desa Purwojati juga dihadapkan oleh kendala yakni keterbatasan pengetahuan serta keterampilan dalam memanfaatkan IT serta masih kurangnya pengetahuan tentang manajemen pengelolaan UMKM yang baik (Suryaningtyas, 2018). Berdasarkan observasi dan analisis kondisi masyarakat Desa Purwojati, dapat disimpulkan bahwa mereka merasa jika penggunaan berbagai platform *e-commerce* yang tersedia di Indonesia masih kurang aman dan kurang leluasa.

Mengacu pada analisis masalah tersebut dibutuhkan sebuah inovasi platform *e-commerce* yang mudah dan dapat digunakan, serta bisa dikelola sepenuhnya secara mandiri oleh para pelaku UMKM dan masyarakat Desa Purwojati untuk mempromosikan,

melakukan jual-beli, serta memiliki fitur layanan *delivery order* untuk produk yang dijual mereka. *Electronic commerce (e-commerce)* sendiri merupakan sebuah wadah atau media yang memanfaatkan IT untuk dimanfaatkan dalam kegiatan jual-beli secara online atau digital (Nisrina et al., 2019), sehingga dapat semakin mempermudah konsumen mendapatkan layanan belanja. Berdasarkan permasalahan tersebut maka Tim Abdimas Prodi Pendidikan IPS Universitas Negeri Malang memberikan sebuah alternatif solusi bekerja sama dengan pihak Desa Purwojati untuk mengembangkan sebuah platform *e-commerce* bernama *mitrapurwo.id*, dengan adanya platform ini yang memudahkan akses promosi dan jual-beli produk UMKM lokal, diharapkan dapat meningkatkan jangkauan pasar serta permintaan/minat belanja konsumen untuk membeli produk-produk UMKM di Desa Purwojati. Selain itu, diharapkan inovasi ini juga dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pemanfaatan IT, sehingga dapat terwujud digitalisasi kegiatan ekonomi.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pengabdian ini dilaksanakan dengan mengadaptasi metode *R&D (research and developement)*. Tujuannya adalah untuk mengembangkan atau menghasilkan serta menguji kelayakan produk yang dikembangkan (Sidik, 2019). Untuk menguji kelayakan inovasi produk *e-commerce* yang dikembangkan. Uji kelayakan dilakukan dengan melakukan proses validasi pada validator ahli dan calon pengguna dengan memberikan angket yang berisi instrumen penilaian kelayakan. Uji kelayakan ini dihitung dengan ketentuan persentase deskriptif dari data yang telah diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{\sum X}{\sum xi} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Persentase kelayakan yang

- dicari
- $\sum X$: Skor penilaian dalam satu item
- $\sum xi$: Skor penilaian ideal/maksimal dalam satu item
- 100% : Konstanta

Tabel 1. Kriteria Kelayakan Produk

Persentase	Tingkat Validitas atau Kelayakan
81 – 100	Sangat tinggi
61 – 80	Tinggi
41 – 60	Cukup
21 – 40	Rendah
1 – 20	Sangat Rendah

Sumber: (Arikunto, 2018)

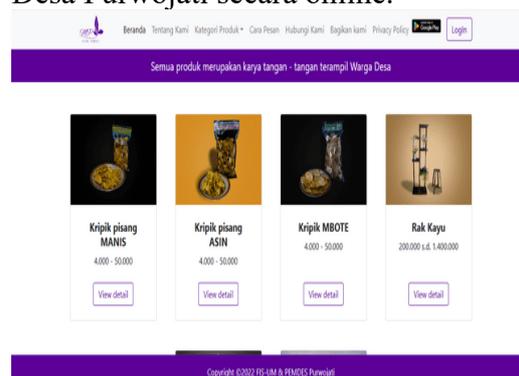
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim Abdimas Prodi Pendidikan IPS Universitas Negeri Malang diawali dengan melaksanakan analisis kondisi dan situasi di lapangan, tujuannya adalah untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Selain itu, agar tim Abdimas dapat menentukan solusi terbaik dari permasalahan yang ada. Selanjutnya, tim melakukan FGD (*Focus Discussion Group*) guna berdiskusi membahas solusi yang telah ditentukan yakni dengan memberikan sebuah alternatif solusi berupa kerjasama dengan pihak Desa Purwojati dalam mengembangkan sebuah platform *e-commerce* bernama *mitrapurwo.id*. Pada tahap ini dibahas juga persiapan dan spesifikasi apa saja yang diperlukan dalam pengembangan platform *e-commerce mitrapurwo.id*. Setelah tahap persiapan selesai, maka tim Abdimas selaku *developer* mengembangkan platform *e-commerce mitrapurwo.id* sesuai spesifikasi yang telah ditentukan.



Gambar 1. Kegiatan FGD terkait Pengembangan *E-Commerce Mitrapurwo.id*

Platform *e-commerce* yang telah dikembangkan ini selanjutnya divalidasi oleh ahli. Tujuannya untuk mengukur kelayakan *e-commerce* dalam aspek penyajian/tampilan, kemudahan akses, dan penggunaan/fungsi, sehingga dapat digunakan sebagai media untuk memasarkan berbagai produk UMKM di Desa Purwojati secara online.



Gambar 2. Tampilan Platform *E-Commerce Mitrapurwo.id*

Tahap validasi yang pertama dilakukan oleh Nur Cholifah, M.Pd sebagai validator ahli media/produk. Uji kelayakan ini dilakukan dengan memberikan 20 instrumen pertanyaan yang disajikan dalam bentuk lembar validasi.

Tabel 2. Hasil Validasi Ahli

N o.	Aspek yang Dinilai	Nilai Maksi mal	Nilai
1.	Desain/layout (konsistensi dan komposisi tata letak dan	4	4



	proporsi tampilan)			14	Keamanan	4	4
2.	Komposisi warna senada dan menarik	4	3	.	penggunaan aplikasi/website <i>mitrapurwo.id</i>		
3.	Pemilihan font huruf dan font size	4	4	15	Membantu para pelaku UMKM dalam proses promosi produknya melalui media berbasis digital/online	4	4
4.	Keragaman fitur yang disajikan	4	4	.	proses penjualan/pemasaran produk		
5.	Kejelasan fitur yang disajikan	4	4	17	Efisiensi biaya promosi dan pemasaran	4	4
6.	Kesesuaian dan kualitas gambar yang disajikan dengan produk yang dijual	4	4	.	Efisiensi waktu untuk promosi dan pemasaran	4	4
7.	Kesesuaian keterangan/deskripsi dengan produk yang dijual	4	4	19	Memperluas jangkauan pasar	4	4
8.	Penggunaan bahasa yang baik dan sesuai	4	4	.	Membantu penjual dan pembeli melakukan transaksi jarak jauh	4	4
9.	Kemudahan proses instalasi	4	4		Nilai Total	80	-
10	Kejelasan petunjuk penggunaan aplikasi/website <i>mitrapurwo.id</i>	4	3		Nilai Total	-	78
11	Mudah dibuka/diakses dimana saja dan kapan saja	4	4		Maksimal		
.					Persentase Nilai	-	97,5%
12	Aplikasi/website tidak memerlukan tempat penyimpanan yang besar	4	4	Sumber: Data primer (2022)			
13	Kemudahan penggunaan aplikasi/website <i>e-commerce mitrapurwo.id</i> oleh penjual dan pembeli	4	4	Berdasarkan perhitungan hasil validasi ahli yang telah dilaksanakan, didapatkan persentase nilai kelayakan sebesar 97,5% maka <i>e-commerce mitrapurwo.id</i> dapat dinyatakan sangat layak digunakan untuk memasarkan produk UMKM di Desa Purwojati. Validator memberipakan apresiasi terhadap keunggulan <i>e-commerce</i> yang dikembangkan karena menyajikan fitur yang sederhana dengan tampilan yang			





menarik, sehingga sudah baik dan dapat diimplemetasikan kepada masyarakat.

Validator ketika memvalidasi juga memberikan saran yang sangat membangun agar kedepannya dapat dibuatkan panduan akses dan penggunaan *e-commerce* dalam bentuk video. Hal ini dikarenakan validator menilai sasaran pengguna *e-commerce* ini sebagian besar merupakan masyarakat umum yang memiliki ketidakseragaman tingkat pengetahuan dan penguasaan teknologi, sehingga perluantisipasi dan meminimalkan kesalahan penggunaan *e-commerce* ini dengan adanya video panduannya. Video panduan penggunaan *e-commerce* ini dapatditampilkan pada halaman awal dashboard, sehingga para penggunanya dapat langsung mempelajari cara penggunaannya sebelum mengeksplere *e-commerce* ini lebih jauh. Selain itu, untuk penyajian gambar produk dengan background gelap sebaiknya diganti dengan warna yang lebih terang, agar lebih menarik dan estetik, bahkan dapat ditambahkan hiasan atau properti pendukung jika memungkinkan.

Setelah melalui tahap uji validasi pertama oleh ahli, platform *e-commerce* ini terlebih dahulu diperkenalkan secara singkat ke masyarakat Desa Purwojati, kemudian dilanjutkan dengan tahap validasi yang kedua dilakukan oleh kepada calon pengguna *e-commerce* tersebut yakni, para pedagang, pengusaha, atau pelaku UMKM Desa Purwojati. Uji kelayakan ini dilakukan dengan memberikan 17 instrumen pertanyaan yang disajikan dalam bentuk quisioner menggunakan *Google form*. Tahap validasi ini ditujukan untuk mengetahui kelayakan *e-commerce* berdasarkan perspektif calon pengguna agar lebih akurat.

Tabel 3. Hasil Validasi Calon Pengguna *mitrapurwo.id*

N o.	Aspek yang Dinilai	Nilai Maks	Nilai
1.	Desain/layout (konsistensi dan	24	20

	komposisi komposisi tata letak dan proporsi)		
2.	Komposisi warna senada dan menarik	24	22
3.	Pemilihan font huruf dan font size yang digunakan dalam aplikasi/website	24	22
4.	Keragaman fitur yang disajikan aplikasi/website	24	20
5.	Kejelasan fitur yang disajikan dalam aplikasi/website	24	21
6.	Kesesuaian dan kualitas gambar yang disajikan dengan produk yang dijual	24	21
7.	Kesesuaian keterangan/deskripsi dengan produk yang dijual	24	21
8.	Penggunaan bahasa yang baik dan sesuai	24	21
9.	Kemudahan proses instalasi/pembuatan akun	24	20
10	Kejelasan petunjuk penggunaan aplikasi/website <i>mitrapurwo.id</i>	24	20
11	Mudah dibuka/diakses dimana saja dan kapan saja	24	20
12	Kemudahan penggunaan aplikasi/website <i>e-commerce</i>	24	21



	<i>mitrapurwo.id</i> oleh penjual dan pembeli		
13	Membantu para pelaku UMKM dalam proses promosi produknya melalui media berbasis digital/online	24	22
14	Memperluas jangkauan pasar untuk berbagai jenis produk yang dijual	24	22
15	Efisiensi/penghem atan biaya promosi dan pemasaran	24	22
16	Efisiensi/penghem atan waktu dan tenaga untuk promosi dan pemasaran	24	22
17	Mempermudah proses transaksi jarak jauh antara penjual dan pembeli	24	22
Nilai Total		359	-
Nilai Total Maksimal		-	408
Persentase Nilai		-	88%

Sumber: Data pribadi (2022)

Berdasarkan hasil uji kelayakan yang telah dilakukan kepada 6 orang calon pengguna *e-commerce mitrapurwo.id* di Desa Purwojati pada bulan Oktober 2022 didapatkan persentase nilai kelayakan sebesar 88%. Hal ini menunjukkan bahwa platform *e-commerce mitrapurwo.id* yang telah dikembangkan telah memenuhi kriteria sangat layak digunakan untuk memasarkan produk UMKM di Desa Purwojati secara online. Sehingga dapat menunjang dan mempermudah proses promosi berbagai produk dari UMKM lokal di Desa Purwojati cukup dengan

menampilkan foto dan video produk saja, yang tujuannya untuk menarik minat para konsumen (Widiati, 2020), karena aplikasi ini lebih praktis dan dapat menekan biaya promosi. Selain itu, karena *e-commerce* ini berbasis digital/online akan mempermudah memperluas jangkauan pasar dari produk yang dijual.

Saat uji coba produk, para calon pengguna yang ikut berpartisipasi sebagai validator *e-commerce* ini juga memberikan saran agar diadakan pelatihan khusus yang bersifat intensif untuk memberikan wawasan terkait penggunaan *e-commerce*, terutama pada calon pengguna yang belum menguasai IT. Sehingga kedepannya dapat meningkatkan efektivitas kegiatan jual beli, mewujudkan kecakapan penggunaan IT oleh masyarakat, dan digitalisasi ekonomi terutama di Desa Purwojati. Setelah mendapatkan status kelayakan dari uji validasi, platform ini didiseminasikan kepada masyarakat dan para pelaku UMKM di Desa Purwojati melalui pelatihan penggunaan *e-commerce mitrapurwo.id*, tujuannya agar mereka bisa semakin mahir dan mandiri dalam menggunakan serta mengelola platform ini kedepannya.

D. PENUTUP

Simpulan

Inovasi *e-commerce mitrapurwo.id* mejadi salah satu solusi untuk para pelaku UMKM di Desa Purwojati Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto dalam menghadapi berbagai permasalahan pemasaran produk yang terkendala sejak awal masa pandemi COVID-19. *E-commerce* ini dikembangkan telah dikembangkan dengan menyesuaikan kondisi dan situasi masyarakat Desa Purwojati sebagai calon pengguna awal. Dimana masyarakat di desa ini membutuhkan sebuah wadah atau media promosi dan pemasaran produk yang aman dan mudah digunakan, serta dapat mereka kelola sepenuhnya. Selain itu, *e-commerce*

ini juga telah memenuhi berbagai aspek dan kriteria kelayakan sebuah media yang dapat berfungsi dan dimanfaatkan untuk melakukan promosi dan pemasaran produk berdasarkan uji validasi yang dilakukan oleh validator ahli dan beberapa orang calon penggunanya, sehingga dapat digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan jual beli produk UMKM di Desa Purwojati.

Saran

Pelaku UMKM Desa Purwojati kedepannya bisa mengembangkan manajemen pengelolaan usaha dan meningkatkan kemampuan penggunaan IT dengan memanfaatkan *e-commerce mitrapurwo.id*. Selain itu, pihak Desa Purwojati juga perlu mendukung hal tersebut dengan melakukan pendampingan secara berkesinambungan agar UMKM di Desa Purwojati semakin maju.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih sedalam-dalamnya kami ucapkan kepada para pelaku UMKM dan pihak Desa Purwojati, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Mojokerto atas dukungan serta kerjasamanya dengan baik dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, sehingga seluruh kegiatan bisa berjalan dengan lancar.

E. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2018). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3*. Bumi Aksara.

Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Info Singkat: Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis*, 19 - 24.

Calvin, A. C. (2023, Januari 2023). *Pengaruh Resesi Tahun 2023 bagi UMKM*. diambil kembali dari

OSFPREPRINTS:

<https://osf.io/d8bjk>

Haryanto, A. (2022, Oktober 5). *Penjelasan Sederhana Soal Penyebab Resesi Ekonomi Global 2023*. Diambil kembali dari Tirto.id: <https://tirto.id/penjelasan-sederhana-soal-penyebab-resesi-ekonomi-global-2023-gwZN>

Nisrina, Y. E., Putra, W. H. N., & Hanggara, B. T. (2019). Pengembangan E - Commerce dengan Pemanfaatan Sistem Payment Gateway (Studi Kasus: Wisata Kampung Sapi Adventure). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer, Vol. 3*(10), 9419–9425.

Sidik, M. (2019). Perancangan dan Pengembangan E-commerce dengan Metode Research and Development. *Jurnal Teknik Informatika Unika St. Thomas (JTIUST)*, 4(1), 2548–1916.

Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokbis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 76 - 86.

Suryaningtyas, D. (2018). Pelatihan Manajemen Tentang Badan Usaha Milik Desa bagi Perangkat Desa dan Kelompok Kerja. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 181–187.

Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 109 - 120.

Utami, B. S. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. *Economie*, 1 - 7.

Widiati, I. S. (2020). Pengembangan E-Commerce Produk Fashion Menggunakan Metode User Centered Design. *Jurnal Ilmiah IT CIDA*, 5(2), 31–43.