

# PENDAMPINGAN UMKM MEMBUAT IKLAN DIGITAL DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA ONLINE GOOGLE ADS DI KELURAHAN TAMBANGAN, KECAMATAN PADANG HILIR, TEBING TINGGI

*Farida Hanim Saragih<sup>1\*</sup>, Juli Rachmadani Hasibuan<sup>2</sup>, Christine Helena Natalia<sup>3</sup>*

*<sup>1</sup>Program Pendidikan Bahasa Inggris, Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia*

*\* Penulis Korespondensi: faridahanimsaragih@unimed.ac.id*

## Abstrak

Peningkatkan kualitas UMKM melalui kegiatan pendampingan membuat iklan digital dengan memanfaatkan media online google terhadap pelaku usaha di bidang UMKM pada Kelurahan Tambangan dan Kelurahan Tambangan Hulu. Kegiatan pendampingan dilakukan dalam beberapa tahap, diantaranya: 1) melakukan audiensi, koordinasi dan sosialisai program kepada stakeholder kelurahan, masyarakat, dan pelaku usaha sebagai penerima manfaat program; 2) penentuan lokasi pusat pelatihan pengembangan UMKM; 3) pelatihan literasi digital marketing; 4) penyelenggaraan web-blog online UMKM masyarakat Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu; 5) sosialisasi dan pendampingan penggunaan akun Google Ads, 6) penyusunan rencana keberlanjutan pendampingan UMKM Kelurahan Tambangan dan Kelurahan Tambangan Hulu. Berdasarkan hasil kegiatan disimpulkan bahwa edukasi literasi digital pada masyarakat sangat dibutuhkan, terutama bagi pelaku usaha yang ingin mengembangkan UMKM. Pengenalan terhadap iklan digital melalui Google Ads dan marketplace dapat meningkatkan kreativitas dan daya saing UMKM lokal. Hasil produksi UMKM lokal sebenarnya tidak kalah saing dengan produk dari daerah lain. Pemanfaatan Google Ads dan marketplace yang terpadu dan berkelanjutan pada produk UMKM sangat berguna untuk memperkenalkan produk lokal secara nasional dan internasional. Pengembangan UMKM melalui iklan digital juga bisa menjadi keunggulan daerah yang berkompentensi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat. Kendala yang dihadapi dalam proses pendampingan iklan digital di tengah pandemi Covid-19 adalah kegiatan sosialisasi yang terhambat akibat adanya pembatasan wilayah sehingga akses pengajar ke kelurahan menjadi terbatas.

**Kata kunci:** *Iklan digital, UMKM, Google Ads, Pandemi Covid-19*

## Abstract

*The development of MSMEs through mentoring activities to create digital advertisements by utilizing Google Ads as an online media for business in the MSME sector at Kelurahan Tambangan and Kelurahan Tambangan Hulu. Mentoring activities are carried out in several stages, such as: 1) coordinating and socializing the program to the stakeholders, communities, and business actors as program beneficiaries; 2) determining the location of the MSME development training center; 3) digital marketing literacy training; 4) organizing MSME online web blogs; 5) socialization and assistance on the use of Google Ads accounts, 6) preparation of a sustainability plan for mentoring MSMEs in the Kelurahan Tambangan and Kelurahan Tambangan Hulu. Based on the results of the activity, it is concluded that digital literacy education in the community is very much needed, especially for business actors who want to develop MSMEs. The introduction of digital advertising through Google Ads and the marketplace can positively increase the creativity and competitiveness of local MSMEs, especially during pandemic-19 which can*

be done remotely using internet. The results of local MSME production are actually no less competitive with products from other regions. The use of Google Ads and an integrated and sustainable marketplace for MSME products is very useful for introducing local products nationally and internationally. The development of MSMEs through digital advertising can also be a regional advantage that is competent to improve the standard of living of the local community. The obstacle faced in the process of assisting digital advertising in the midst of the Covid-19 pandemic was that socialization activities were postponed due to regional restrictions.

**Keywords:** Digital advertisement, MSME, Google Ads, Pandemic-19

## 1. PENDAHULUAN

Kecamatan Padang Hilir terdiri dari 7 kelurahan, dua diantaranya adalah Kelurahan Tambangan dan Kelurahan Tambangan Hulu. Kedua kelurahan tersebut memiliki potensi daerah yang layak dikembangkan, terutama di bidang UMKM. Masyarakat setempat aktif melakukan kegiatan kewirausahaan dengan memproduksi gula merah dari air nila asli, melakukan budidaya buah naga, pupuk organik, pembuatan batik khas, produksi keripik ubi dan kue bawang, budidaya jamur, jamu dan manisan dari toga dan masker rajut. Hasil-hasil produksi didistribusikan secara lokal di Kota Tebing Tinggi dan Sumatera.



Gambar 1. Kantor Kelurahan Tambangan Hulu, Padang Hilir, Tebing Tinggi.

Menurut UU No. 20/2008, Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Adapun kriteria kekayaan dan pendapatan yang dimaksud UU tersebut, sebagai berikut.

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omzet
	Tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha	(dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50 juta - Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta - Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta - Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5 miliar - Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar

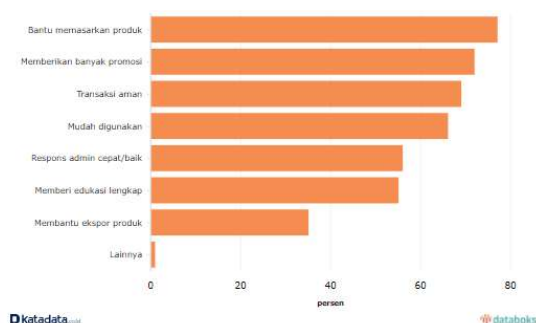
Gambar 2. UU No. 20/2008 tentang UMKM.

Secara umum, bidang usaha UMKM dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu pertanian dan non-

pertanian. Masyarakat Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu memiliki kecenderungan UMKM pada bidang non-pertanian. Sebagian besar masyarakat melakukan perdagangan besar dan eceran dalam bentuk penjualan produk.

Pada era digitalisasi seperti saat ini, perkembangan UMKM semakin pesat ditandai dengan penjualan daring (*online*) dengan memanfaatkan *marketplace* seperti *website* dan aplikasi daring. Marketplace merupakan pihak perantara yang mengakomodasi pihak penjual dan pembeli di dunia maya. Situs *marketplace* bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi *online* dengan menyediakan fitur penjualan serta fasilitas pembayaran yang aman. Marketplace terpopuler di Indonesia menurut iPrice pada tahun 2021 dengan jumlah pengunjung situs sebesar 129,3 juta per bulan adalah Shopee.

Hasil survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan terhadap 392 UMKM di Jabodetabek, Bandung, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, dan Medan menunjukkan, sebanyak 77% usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menilai *marketplace* berperan penting dalam memasarkan produk. Keberadaan *marketplace* membuat UMKM dapat bertahan untuk berjualan di masa pandemi virus corona Covid-19.



Gambar 3. Katadata Insight Center (KIC), Mei 2021

Keberadaan *marketplace* sangat berdampak pada jangkauan distribusi dan dapat meningkatkan penjualan dan produksi UMKM lokal. Namun, berdasarkan survei yang dilakukan pada Kelurahan Tambangan dan Kelurahan Tambangan Hulu, diketahui bahwa UMKM masyarakat masih bergerak secara konvensional dan masih terdapat unit usaha yang belum meluaskan pangsa pasar hingga ke luar kota. UMKM setempat belum memanfaatkan keberadaan *marketplace* sebagai media pemasaran.

Adapun permasalahan khusus dan mendasar yang menjadi prioritas untuk diintervensi agar kualitas peningkatan penjualan produk bisnis yang dijalankan masyarakat dapat berkembang ialah: 1) tingkat ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dan *digital marketing* yang masih tergolong minim. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya unit usaha warga yang dijalankan secara konvensional; dan 2) belum adanya pusat kegiatan pengembangan usaha masyarakat yang dinaungi oleh pemerintah kelurahan secara resmi, sehingga kebanyakan masyarakat melakukan distribusi produk secara mandiri.

Melihat potensi besar yang dimiliki dua kelurahan tersebut, maka dibutuhkan program pengembangan potensi yang berperan dalam peningkatan taraf perekonomian pada masyarakat setempat. Program pelatihan keterampilan tersebut bertujuan untuk memaksimalkan sumber daya masyarakat (SDM) yang berdampak positif pada produktivitas UMKM yang berada di Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu. Kegiatan pengabdian berupa pendampingan UMKM didasarkan pada pembuatan iklan digital dengan memanfaatkan media daring Google Ads dan *marketplace* yaitu Shopee.

Beberapa usulan kegiatan yang akan mendukung pencapaian tujuan peningkatan kemampuan dan pengetahuan tentang Teknologi Informasi dan Digital Marketing, diantaranya:

**a. Inisiasi pembentukan pusat pengembangan UMKM di Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu.**

Inisiasi pembentukan pusat pengembangan UMKM di Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu bertujuan untuk mengembangkan kegiatan pelaku usaha dengan memanfaatkan IPTEK. Aktivitas ini yaitu (1) penyampaian materi pengembangan sistem pemasaran (marketing) dengan memanfaatkan IPTEK, (2) presentasi dan diskusi dalam melakukan digital marketing pada Google Ads dan Shopee (3) pendampingan membuat akun di Google Ads dan Shopee.

**b. Pelatihan pengembangan usaha melalui**

**Google Ads bagi pelaku usaha di Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu.**

Implementasi sistem pemasaran berbasis online dengan aplikasi Google Ads untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai teknik pemasaran digital.

**c. Pelatihan pengembangan pemasaran melalui Shoppe pada pelaku usaha di Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu.**

Aktivitas ini bertujuan untuk memperkenalkan masyarakat pada aplikasi *marketplace* menggunakan Shoppe sehingga pelaku usaha dapat mengawasi, memeriksa, menambahkan, dan mengevaluasi teknik pemasaran online yang dapat dilakukan untuk UMKM terkait.

**d. Adanya rencana keberlanjutan program yang didukung pemerintah Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu.**

Keberlanjutan program yang didukung pemerintah kelurahan merupakan wujud positif yang bertujuan untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih baik lagi. Adanya dukungan dari pihak kelurahan dan pelaku usaha juga menandakan kerja sama antara UMKM dan pemerintah setempat.

**2. WAKTU DAN MEKANISME PELAKSANAAN**

Waktu pelaksanaan kegiatan ini adalah April-November 2021 di Kelurahan Tambangan dan Tambangan, Kecamatan Padang Hilir, Kota Tebing Tinggi.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pada program Pendampingan UMKM Membuat Iklan Digital dengan Memanfaatkan Media Online Google Ads di Kelurahan Tambangan dan Kelurahan Tambangan Hulu secara sistematis mempertimbangkan alur dan mekanisme yang memudahkan untuk menjalankan program. Beberapa tahapan yang akan dilakukan adalah:

**a. Melakukan audiensi, koordinasi dan sosialisasi program kepada stakeholder kelurahan, masyarakat dan pelaku usaha sebagai penerima manfaat program**

Kegiatan ini dilakukan untuk mempermudah tahapan awal dalam menjalankan program, selain itu dengan berkomunikasi kepada stakeholder lain maka dukungan terhadap program semakin kuat, dan sangat memungkinkan dapat dihubungkan kepada pihak lain dalam upaya keberlanjutan program.

**b. Penentuan lokasi pusat pelatihan pengembangan UMKM.**

Saat ini sudah tersedia balai permanen yang dapat dimanfaatkan sebagai tempat pusat kegiatan

pendampingan pengembangan UMKM di Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu.

**c. Pelatihan Literasi Digital Marketing**

Kegiatan ini akan memberikan keterampilan secara teknis kepada masyarakat dalam menulis iklan produk UMKM mereka, kemampuan menulis juga akan terfasilitasi dengan adanya buku kompilasi produk iklan.



*Gambar 4. Foto kegiatan pendampingan literasi digital marketing*

**d. Penyelenggaraan web-blog online UMKM masyarakat Kelurahan Tambangan dan Tambangan Hulu.**

Pelatihan ini akan memberikan keterampilan bagi masyarakat untuk mempublikasikan setiap iklan produk UMKM mereka pada media online yang dikelola.

**e. Sosialisasi dan Pendampingan penggunaan akun Google Ads**

Masyarakat dipandu oleh pelatih dalam membuat akun bisnis di Google Ads. Hal ini berfungsi untuk mempermudah para pelanggan menjumpai produk dalam media online. Hal ini bertujuan untuk meluaskan pangsa pasar hingga keluar kota bahkan ke luar negeri apabila kualitas produk bagus dan original.



*Gambar 5. Foto pendampingan penggunaan Google Ads*

**f. Penyusunan rencana keberlanjutan pendampingan UMKM Kelurahan Tambangan dan Kelurahan Tambangan Hulu.**

Kegiatan ini penting dilakukan sebagai bentuk exit strategi agar masyarakat dapat secara mandiri melanjutkan gerakan pengembangan ini berdasarkan digital Marketing secara menyeluruh dan menjangkau pada penerima manfaat lebih luas.

**3. METODE PENDEKATAN PROGRAM**

Pendekatan utama pada program ini adalah partisipatif, dimana baik organisasi penyelenggara program maupun masyarakat dapat melakukan inovasi kegiatan yang kreatif dan menyenangkan dengan mempertimbangkan aspek – aspek pengalaman, pembelajaran dan kekuatan sumberdaya dan kapasitas yang ada ditingkat lokal, baik dari aspek suku, agama dan adat istiadat yang ada dan hal ini dapat berlaku pada banyak level pemangku kepentingan yang ada.

Selain itu, pada proses penyelenggaraan kegiatan beberapa metode yang akan digunakan diantaranya fokus group discussion (fgd), games, kompetisi, event, pembelajaran terfokus, simulasi dan praktek.

**4. PARTISIPASI MITRA**

Pelaksanaan program akan melibatkan mitra dan kelompok penerima manfaat. Hal ini akan mendorong tujuan besar program dapat dicapai secara bersama-sama. Beberapa hal yang dilakukan mitra terkait dengan proses partisipasi adalah:

- a. penyediaan tempat untuk pertemuan dan pelatihan. Penggunaan tempat untuk pertemuan rutin dan pelatihan akan menggunakan balai atau rumah warga yang telah dipersiapkan
- b. penyediaan wifi selama pelatihan berlangsung
- c. penyediaan laptop atau ponsel masing-masing peserta
- d. eterlibatan stakeholder desa maupun perwakilan masyarakat yang aktif dalam kegiatan.



*Gambar 6. Foto bersama tim dengan masyarakat kelurahan tambangan*

## 5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Kegiatan dan hasil pelaksanaan program pendampingan umkm membuat iklan digital dengan memanfaatkan media online Google Ads di Kelurahan Tambangan, Kecamatan Padang Hilir, tebing tinggi ini ditunjukkan untuk mendapatkan luaran yang diharapkan. Kegiatan dan hasil dapat diungkapkan seperti berikut.

### a. Dokumentasi Kegiatan Pendampingan

Dokumentasi kegiatan dipusat pengembangan UMKM yang dikelola oleh Pemerintah Kelurahan. Kegiatan pendampingan dilaksanakan di dua tempat, yaitu Kelurahan Tambangan dan Kelurahan Tambangan Hulu.

### b. Buku Panduan Google Ads

Buku Panduan Google Ads berupa langkah-langkah membuat akun dan cara menggunakan Google Ads diharapkan dapat menjadi acuan masyarakat untuk membuat Google Ads secara mandiri setelah program pendampingan berakhir.

### c. Artikel Jurnal Ber-ISSN

Artikel Jurnal Ber-ISSN dibutuhkan untuk melakukan publikasi secara ilmiah, sehingga teknik dan manfaat dapat disebarluaskan dan ditiru pelaku UMKM lainnya di Indonesia.

### d. Publikasi Media Massa Cetak/Online

Publikasi media massa melalui media cetak dan media online bertujuan untuk menularkan energy positif untuk gerakan pengembangan UMKM di desa.

### e. Web-Blog Produk UMKM

Web-blog produk UMKM pada akun Google Ads diperlukan untuk memperluas pemasaran produk bisnis. Pelaku usaha juga diperkenalkan dengan Shoppe yang dapat dikelola secara mandiri setelah proses pendampingan selesai. Pemerintah kelurahan mitra mendukung sepenuhnya penyelenggaraan program dan turut berkontribusi pada beberapa aktivitas atau kebutuhan program.

## 6. MONITORING DAN EVALUASI

Monitoring merupakan fungsi berkelanjutan yang menggunakan pengumpulan data secara sistematis berdasarkan indikator untuk memberikan informasi pada manajemen dan stakeholder yang berhubungan dengan kemajuan atau hasil yang diraih setelah menggunakan dana yang telah dialokasikan.

Evaluasi merupakan penilaian yang sistematis dan objektif yang berkaitan dengan pelaksanaan atau hasil dari program, kebijakan berdasarkan perencanaan implementasi dan hasilnya. Tujuannya untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi hasil, dampak maupun keberlanjutannya.

Pendekatan yang akan digunakan dalam

melakukan proses monitoring, evaluasi dan keberlanjutan program adalah dengan menggunakan Result – Based Management (RBM), dimana akan berfokus kepada beberapa hal penting, diantaranya: 1) penentuan hasil realistis yang diharapkan; 2) monitoring kemajuan melalui hasil yang didapatkan; 3) menggunakan hasil dapat keputusan manajemen; 4) melaporkan kinerja manajemen.

Perencanaan keberlanjutan program akan dilakukan workshop evaluasi akhir yang akan dilakukan dengan menggunakan analisa SWOT untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dari implementasi program agar penyusunan rencana tindak lanjut untuk upaya pengembangan program menjadi lebih baik.

## 7. TARGET CAPAIAN LUARAN

Program ini memiliki target capaian yang dapat diukur dengan mudah sesuai dengan indikator pencapaiannya, secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Target Capaian Luaran

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran wajib		
1	Satu artikel yang dipublikasikan melalui jurnal ber-ISSN online <sup>1)</sup>	Ada
2	Publikasi media massa cetak/online/repository Perguruan tinggi <sup>2)</sup>	Ada
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya sesuai dengan jenis yang diusulkan. <sup>3)</sup>	Ada
4	Peningkatan penerapan IPTEK di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen) <sup>3)</sup>	Ada
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, dan ketentraman, pendidikan, kesehatan) <sup>3)</sup>	Ada
6	Sertifikasi produk berupa sertifikasi halal, BPOM, SNI, dan merek dagang <sup>4)</sup>	Tidak ada
7	Proposal Program Pengabdian kepada masyarakat multi tahun <sup>4)</sup>	Tidak ada
Luaran tambahan		
1	Metode atau sistem; produk (produk atau jasa) <sup>3)</sup>	Ada
Keterangan:		
1) <i>Isi dengan tidak ada, draf, submitted, reviewed, accepted, atau published</i>		
2) <i>Isi dengan tidak ada, draf, proses editing.</i>		

atau sudah terbit

- 3) Isi dengan ada atau tidak ada
- 4) Isi dengan tidak ada, draf, produk, atau penerapan

## 8. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA

Tindak lanjut dari program pendampingan UMKM membuat iklan digital dengan memanfaatkan media online Google Ads di Kelurahan Tambangan dan Kelurahan Tambangan Hulu, Kecamatan Padang Hilir, Tebing Tinggi adalah melakukan monitoring. Monitoring merupakan fungsi berkelanjutan yang menggunakan pengumpulan data secara sistematis berdasarkan indikator untuk memberikan informasi pada manajemen dan stakeholder yang berhubungan dengan kemajuan atau hasil yang diraih setelah menggunakan dana yang telah dialokasikan.

Selain itu akan dilakukan evaluasi secara periodik. Evaluasi merupakan penilaian yang sistematis dan objektif yang berkaitan dengan pelaksanaan atau hasil dari program, kebijakan berdasarkan perencanaan implementasi dan hasilnya. Tujuannya untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi hasil, dampak maupun keberlanjutannya. Pendekatan yang akan digunakan dalam melakukan proses monitoring, evaluasi dan keberlanjutan program adalah dengan menggunakan Result – Based Management (RBM), dimana akan berfokus kepada beberapa hal penting, diantaranya:

- a. Penentuan hasil realistik yang diharapkan;
- b. Monitoring kemajuan melalui raihian hasil yang diharapkan;
- c. Menggunakan hasil dalam pembuatan keputusan manajemen;
- d. Melaporkan kinerja manajemen.

## 9. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan disimpulkan bahwa edukasi literasi digital pada masyarakat sangat dibutuhkan, terutama bagi pelaku usaha yang ingin mengembangkan UMKM. Pengenalan terhadap iklan digital melalui Google Ads dan marketplace dapat meningkatkan kreativitas dan daya saing UMKM lokal. Hasil produksi UMKM lokal sebenarnya tidak kalah saing dengan produk dari daerah lain. Pemanfaatan Google Ads dan marketplace yang terpadu dan berkelanjutan pada produk UMKM sangat berguna untuk memperkenalkan produk lokal secara nasional dan internasional. Pengembangan UMKM melalui iklan digital juga bisa menjadi keunggulan daerah yang berkompetensi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat.

Kendala yang dihadapi dalam proses pendampingan iklan digital di tengah pandemi Covid-19 adalah kegiatan sosialisasi yang terhambat akibat adanya pembatasan wilayah sehingga akses pengajar ke kelurahan menjadi

terbatas. Masyarakat cenderung belum terbiasa dengan teknologi sehingga dibutuhkan bantuan berkala bagi pelaku usaha untuk memahami iklan digital. Secara umum, produk yang dihasilkan oleh UMKM setempat masuk kategori baik, sehingga pendampingan lebih dipusatkan pada proses pemasaran kreatif menggunakan media digital.

Pada tahap akhir, berdasarkan hasil pelaksanaan Pendampingan UMKM Membuat Iklan Digital dengan Memanfaatkan Media Online Google Ads di Kelurahan Tambangan, Kecamatan Padang Hilir, Tebing Tinggi terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan lebih lanjut, diantaranya:

- a. Pemerintah kelurahan sebagai stakeholder mengambil peran aktif mendukung program pengembangan UMKM dengan melakukan edukasi digital secara bertahap kepada pelaku usaha setempat.
- b. Pelaku usaha mengembangkan iklan digital secara mandiri dengan memanfaatkan aplikasi yang telah diperkenalkan, yaitu Google Ads dan *marketplace* Shopee agar pemasaran digital tetap terlaksana dengan baik.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor dan Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat, Universitas Negeri Medan atas dukungan pendanaan melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat. Terima kasih juga disampaikan kepada Lurah Kelurahan Tambangan dan Lurah Kelurahan Tambangan Hulu atas kerja sama dan dukungan pada pelaksanaan kegiatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- <https://kemenkopukm.go.id/data-umkm/?wUPFcTm3l8SY7MZzfzXy0G52EnmPSFPEZfK2ywwavEysRNiwC5>
- <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- <https://republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/qsdw-m7384/ini-alasan-banyak-pelaku-umkm-beralih-ke-emmarketplaceem>
- <https://pusdiklat.kemdikbud.go.id/surat-edaran-mendikbud-no-4-tahun-2020-tentang-pelaksanaan-kebijakan-pendidikan-dalam-masa-darurat-penyebaran-corona-virus-disease-covid-1-9/>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>