



Website Omah Tinom Jogja sebagai Media Pengenalan Jenis Usaha dan Pemasaran Online

Indah Susilawati¹, Imam Suharjo², Putry Wahyu Setyaningsih^{3*}

¹Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
indah@mercubuana-yogya.ac.id

²Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
imam@mercubuana-yogya.ac.id

³Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
putryws@mercubuana-yogya.ac.id

KATA KUNCI

*Pemasaran online,
Teknologi Informasi,
Website,*

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima : 22 Nov 2021
Revisi : 2 Des 2021
Disetujui : 1 Des 2021
Dipublish : Desember 2021

ABSTRAK

Omah Tinom Jogja merupakan usaha persewaan joglo untuk berbagai kegiatan masyarakat. Akhir tahun 2020 Omah Tinom Jogja menambah jenis usaha dengan membuka kuliner yang bertajuk 'makanan dan minuman tempo dulu' serta persewaan homestay di lokasi yang sama. Permasalahan yang dihadapi adalah grand opening yang digelar pada Desember 2020 terkendala aturan pembatasan pergerakan masyarakat oleh pemerintah terkait pandemi covid19. Kondisi ini mengakibatkan dampak diberbagai kegiatan masyarakat, termasuk keberlangsungan jenis usaha masyarakat pada semua skala. Kebijakan pemerintah membuat berbagai kegiatan masyarakat bergerak ke arah ruang virtual dengan memanfaatkan teknologi informasi, pelaku usaha juga harus hadir dalam ruang virtual untuk memperkenalkan jenis usaha dan pemasaran produk. Dengan mempertimbangkan kondisi dan fakta maka Omah Tinom Jogja mengambil solusi yang ditawarkan oleh Tim PkM FTI UMBY untuk memanfaatkan teknologi informasi sebagai media pengenalan jenis usaha dan strategi pemasaran secara online. Sebuah website bagi Omah Tinom Jogja dikembangkan untuk lebih cepat mengenalkan jenis usaha Omah Tinom Jogja kepada masyarakat. Menggunakan website tersebut, Manajemen Omah Tinom Jogja dapat mengelola data dan meng-update informasi terkini sehingga dapat selalu terkoneksi dengan pelanggan.

KEYWORD

*Online Marketing,
Information Technology,
Website,*

ABSTRACT

Omah Tinom Jogja is a joglo rental business for various community activities. At the end of 2020, Omah Tinom Jogja expanded their business by opening a culinary with the theme of 'old food and drinks' and rental homestays in the same location. The problem faced was that the grand

ARTICLE HISTORY

Accepted : 22th Nov 2021
Revision : 1st Dec 2021
Approved : 1st Dec 2021
Published : Dec 2021

opening which was held in December 2020 was constrained by the government's restrictions on people's movement related to the COVID-19 pandemic. This condition has an impact on various community activities, including the sustainability of community businesses at all scales. Government policies make various community activities go virtual by utilizing information technology, business actors are also present in virtual spaces to introduce types of business and product marketing. By considering the conditions and facts, Omah Tinom Jogja took the solution offered by the PkM FTI UMBY Team to utilize information technology as a medium for introducing business types and online marketing strategies. A website for Omah Tinom Jogja was developed to more quickly introduce the type of business Omah Tinom Jogja to the public. Using the website, Omah Tinom Jogja can manage data and update the latest information so that it can always be connected with customers.

Ini adalah artikel akses terbuka dibawah lisensi [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



A. PENDAHULUAN

Sistem penjualan dan promosi produk dengan memanfaatkan teknologi informasi semakin berkembang pesat. Mulai dari perusahaan besar hingga usaha kecil dan menengah telah menjadikan sistem penjualan secara *online* sebagai sarana promosi yang murah dan terjangkau. Perusahaan berlomba memanfaatkan teknologi berbasis *website* dan media sosial sebagai suatu strategi perusahaan dalam memperkenalkan jenis usaha dan menawarkan produk kepada seluruh konsumen tanpa harus dibatasi oleh ruang dan waktu. Dengan melibatkan teknologi informasi, berbagai jenis usaha yang awalnya masih bersifat konvensional dapat memanfaatkannya sebagai suatu media untuk mempromosikan produk-produk yang dijualnya, agar dapat dikenal lebih luas dan sangat diharapkan untuk dapat mempermudah konsumen untuk tidak harus datang langsung untuk membeli barang atau produk. Berdasarkan penelitian, promosi di media sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pedagang (Prihadi & Susilawati, 2018).

Dimasa pandemi covid19 yang yang ternyata mengakibatkan dampak besar pada ekonomi global dan mempengaruhi stabilitas di Indonesia (Susilawati et al., 2020), maka penggunaan teknologi informasi komunikasi menjadi kunci

utama untuk terciptanya bisnis-bisnis *online* yang lahir di masa pandemic (Leofitri, 2021). Sementara setidaknya terdapat 37 ribu UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia yang mengalami penurunan kinerja penjualan sebesar 56% akibat pandemi covid19 (Hanifawati & Listyaningrum, 2021).

Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat. Sebagaimana aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Semakin banyaknya pesaing menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat digunakan untuk bisa meraih pangsa pasar yang dituju sehingga dapat meningkatkan penjualan (Pradiani, 2017). Di lain pihak, berdasarkan penelitian, tingkat pemanfaatan komputer dan internet di kalangan UMKM pada umumnya masih rendah, dan hal ini sangat berkorelasi dengan kemampuannya dalam pemanfaatan teknologi informasi (Saleh & Hadiyat, 2016).

Omah Tinom Jogja yang beralamatkan di dusun Tinom, Sidoarum, Godean, Sleman, Yogyakarta, pada awalnya merupakan usaha persewaan joglo untuk berbagai kegiatan masyarakat seperti perhelatan pernikahan, rapat

instansi pemerintah, hingga pertunjukan kesenian seperti wayang kulit dan lain-lain. Pada akhir tahun 2020, Omah Tinom Jogja melakukan perluasan jenis usaha berupa warung kuliner atau resto dengan tajuk 'Makanan dan Minuman Tempo Dulu' dan juga *homestay* pada lokasi yang sama. Dapat dikatakan, perluasan usaha ini juga sebagai strategi bertahan di masa pandemi covid19. *Grand Opening* Omah Tinom Jogja yang pada awalnya akan digelar meriah pada Senin, 21 Desember 2020, terkendala oleh aturan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dari pemerintah daerah Jogja, dimana pergerakan warga dibatasi waktu dan jumlah masyarakat yang hadir. Tujuan *grand opening* yang sedianya digunakan untuk memperkenalkan Omah Tinom Jogja terpaksa hanya diselenggarakan sesuai aturan yang berlaku, bahkan beberapa waktu setelahnya Omah Tinom Jogja sempat tidak membuka pelayanan dikarenakan pemberlakuan PPKM level 4 oleh pemerintah daerah.

Mengingat kondisi yang ada, dirasakan penting dan perlu untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam rangka pengenalan jenis usaha dan juga sekaligus promosi supaya masyarakat luas segera mengenal kuliner, persewaan joglo dan *homestay* Omah Tinom Jogja. Omah Tinom Jogja sebenarnya telah memiliki akun facebook (dengan akun facebook 'Omah Tinom') dan instagram (dengan akun instagram 'Omah Tinom'), namun belum memiliki *website*. Dari akun facebooknya, Omah Tinom Jogja telah mendapatkan beberapa *review* dari *customer* yang berkunjung dan menikmati makanan maupun suasana di Omah Tinom Jogja, serta mendapatkan *rating* 4.7. Tingkat *rating* ini sangat menggembirakan, sehingga harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan *update* informasi yang kontinyu. Pilihan lain yang paling masuk akal adalah menggunakan teknologi informasi berupa *website*, dimana informasi mengenai profil usaha Omah Tinom Jogja dapat lebih lengkap disajikan berikut dengan *update* informasi sehari-hari, sehingga tidak hanya mengandalkan promosi konvensional dan promosi melalui media facebook serta instagram.

Analisis situasi yang ada pada Omah Tinom Jogja dan kondisi pandemi covid19 yang masih berkepanjangan, mengarahkan kegiatan pengabdian masyarakat Tim PkM (Pengabdian kepada Masyarakat) Fakultas Teknologi Informasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta untuk memberikan solusi berupa pengenalan jenis usaha dan juga sekaligus promosi bagi Omah Tinom Jogja secara *online* dengan menggunakan *website* sehingga lebih mudah dikenal masyarakat luas dan memungkinkan pihak manajemen untuk mengolah informasi-informasi yang ada pada Omah Tinom Jogja. Solusi teknologi informasi dipilih karena dapat memberi peran yang sangat penting untuk mengatasi pembatasan pergerakan manusia akibat *social and physical distancing* di masa pandemi covid19 dalam bidang pemerintahan, pendidikan, bisnis dan kesehatan (Muafani, 2021). Hal ini juga mengingat bahwa Omah Tinom Jogja merupakan pelaku baru dalam usaha kuliner dan *homestay* yang harus bersaing dengan usaha sejenis yang telah dikenal masyarakat sebelum masa pandemi. Bahkan pelaku usaha yang telah mapan sebelumnya dengan pemasaran konvensional, kini sebagian besar juga memanfaatkan teknologi informasi untuk dapat tetap bertahan dalam krisis akibat pandemi covid19.

Berdasarkan uraian fakta dan tantangan yang dihadapi oleh Omah Tinom Jogja seperti tersebut di atas, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu Omah Tinom Jogja melalui pengembangan *website* bagi Omah Tinom Jogja. Tim PkM juga melakukan pelatihan bagi admin *website* (dari staff Omah Tinom Jogja) yang nantinya akan bertugas mengelola *website*.

B. METODE PELAKSANAAN

Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Fakultas Teknologi Informasi UMBY bekerja sama dengan Omah Tinom Jogja sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat disusun sebagai upaya untuk dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang ada pada mitra Omah Tinom Jogja, terutama untuk membantu mitra memanfaatkan teknologi informasi melalui

pembuatan *website* sebagai media memperkenalkan usaha (*company profile*) dan pemasaran *online* serta pelatihan untuk mengelola/memelihara *website* agar nantinya dapat digunakan dan dikelola oleh mitra secara mandiri. Kegiatan pemanfaatan teknologi informasi dilakukan dalam rangka membantu Omah Tinom Jogja untuk bertahan, berinovasi dan tetap berkembang dalam masa pandemi covid19, karena beberapa sektor UMKM yang belum beradaptasi secara digital harus tutup gerai, meski begitu pandemic covid19 mendorong perubahan baru dalam bisnis Indonesia yaitu beralihnya bisnis *offline* menuju bisnis digital (Arianto, 2020). Berdasarkan penelitian, UMKM yang menggunakan *digital marketing* mampu bertahan bahkan meningkatkan penjualannya dalam masa pandemi covid19 (Hadi & Zakiah, 2021).

Kerangka untuk penyelesaian masalah yang dihadapi oleh Omah Tinom Jogja difokuskan pada kegiatan membangun media berbasis teknologi informasi berupa *website* untuk memperkenalkan usaha (*company profile*) dan *marketing online*. Langkah-langkah yang akan dilakukan oleh Tim PkM dan mitra Omah Tinom Jogja adalah:

- a. Diskusi bersama Tim PkM dan pihak Manajemen Omah Tinom Jogja dalam rangka menggali informasi dari mitra untuk kepentingan pengembangan *website*. Diskusi dilakukan juga untuk memastikan *website* yang dibangun sesuai dengan kebutuhan mitra. Diskusi dilakukan dalam 4 kali pertemuan yang juga melibatkan mahasiswa selain Manajemen Omah Tinom Jogja dan Tim Pengabdian kepada Masyarakat.
- b. Mempersiapkan konten-konten terkait seperti profil usaha, sejarah berdirinya usaha, informasi alamat dengan menggunakan Google Map, foto-foto dokumentasi Omah Tinom Jogja dan informasi-informasi lain yang relevan. Tim pengabdian juga bekerja sama dengan mahasiswa dan manajemen Omah Tinom Jogja untuk mendokumentasikan fasilitas, menu kuliner, kegiatan dan *event* terbaru untuk mengisi konten dalam *website*. Kegiatan ini dilakukan secara insidental terkait dengan *event* yang terselenggara di Omah Tinom Jogja.

- c. Melakukan perancangan *website* Omah Tinom Jogja, mengolah informasi dan menyampaikan hasil kepada manajemen Omah Tinom Jogja. Perancangan *website* dan pengolahan informasi dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan dibantu mahasiswa. *Website* dibangun menggunakan *platform* yang nantinya akan memudahkan bagi pihak Manajemen Omah Tinom Jogja dalam pemeliharaan dan pengelolaannya. Dalam hal ini dipilih platform WordPress untuk pengembangan *website*. Pilihan ini didasarkan pada kemudahannya (tidak memerlukan keahlian khusus dalam pemrograman) dan hal ini sesuai dengan kondisi mitra (Anggoro et al., 2019).

Aplikasi *website* yang dikembangkan menggunakan CMS *wordpress* pada domainweb omahtinomjogja.com (yang dipilih serta tersedia untuk didaftarkan pada saat itu). Tahap perancangan *website* dimulai dengan pemilihan dan *design* tema *website* yang sesuai, penambahan *plug-in* (fungsi) di *website*, pembuatan dan pencarian data untuk menu-menu utama seperti untuk Kontak, Tentang Omah Tinom, dan alamat. Selain fokus pada konten, juga dilakukan penggalian informasi untuk membuat konten awal di *website* (berita). Informasi ini diperoleh dengan cara wawancara dan juga dari akun sosial media Omah Tinom Jogja.

- d. Menyelenggarakan pelatihan bagi admin (dari pihak manajemen Omah Tinom Jogja) yang nantinya bertugas sebagai pengelola *website* pasca serah terima. Admin *website* diberikan buku manual panduan pemeliharaan *website* untuk keperluan pengelolaan dan keberlanjutannya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk kepentingan pengembangan *website*, Tim PkM melakukan pertemuan diskusi dengan pihak Manajemen Mitra Omah Tinom Jogja sebanyak 4 kali dalam periode waktu bulan April hingga Oktober 2021. Diskusi dilakukan untuk menggali informasi dari pihak Manajemen Omah Tinom Jogja terkait dengan profil usaha, jenis

usaha yang ditawarkan, rentang harga produk dan data-data dokumentasi yang telah ada sebelumnya. Diskusi selalu dilaksanakan di lokasi usaha mitra, hal ini dilakukan untuk menjalin hubungan baik dan juga untuk kepentingan efisiensi dimana Tim PkM juga bisa sekaligus mendokumentasikan fasilitas-fasilitas yang ada di

Omah Tinom Jogja dan kegiatan-kegiatan yang ada di lokasi pada saat yang bersamaan. Pada Gambar 1 ditunjukkan dokumentasi kegiatan diskusi Tim PkM dan Manajemen Omah Tinom Jogja yang dilaksanakan pada tanggal 4 September 2021.



Gambar 1
Diskusi Tim PkM dengan Mitra Omah Tinom Jogja tanggal 4 September 2021

Berdasarkan diskusi-diskusi yang telah dilakukan dengan mitra, diketahui jenis-jenis pelayanan yang disediakan oleh Omah Tinom Jogja yaitu:

- Layanan kuliner warung atau resto, dengan tajuk 'Masakan dan Minuman Tempo Dulu' dengan rentang harga dari Rp. 4000,- hingga Rp. 35.000,- per porsi makanan/minuman.
- Persewaan pendopo atau joglo untuk berbagai kegiatan, seperti perhelatan pernikahan, rapat instansi, pertunjukan wayang kulit dan lain-lain, dengan rentang harga Rp. 6 – 8 Juta.
- Fasilitas *homestay*, terdiri atas 3 kamar dengan kelengkapan tempat tidur, televisi, dan kamar mandi dalam, dengan rentang harga Rp. 200.000,- hingga Rp. 350.000,- per malam.

Berdasarkan diskusi dan dari beberapa alternatif yang masih *available*, manajemen Omah

Tinom Jogja memilih 'omahtinomjogja' untuk alamat *hosting website*.

Sedangkan fasilitas umum yang ada di Omah Tinom Jogja cukup lengkap meliputi:

- Pendopo atau joglo dengan meja-kursi bagi *customer*.
- Meja-kursi di area terbuka yang sejuk,
- Free Wifi* bagi *customer*,
- Toilet dan kamar mandi,
- Mushola dan tempat wudhu,
- Tempat cuci tangan dengan sabun (*handwash*),
- Area parkir cukup luas dan aman.

Dokumentasi yang telah dimiliki Omah Tinom Jogja berupa foto dan video. Dokumentasi berupa foto terutama tentang menu yang ditawarkan di resto kuliner dan foto *customer* saat menikmati sajian kuliner Omah Tinom Jogja. Sedangkan dokumentasi berupa video biasanya diambil saat ada *event* yang lebih besar seperti pernikahan,

pertunjukan kesenian, atau kegiatan masyarakat yang lain yang diselenggarakan di lokasi. Dalam rentang waktu pembangunan *website*, Tim PkM bersama mahasiswa membantu mitra dalam mendokumentasikan berbagai jenis menu makanan dan minuman yang ditawarkan di resto, juga beberapa kegiatan yang diselenggarakan di Omah Tinom Jogja, seperti acara reuni pada tanggal 23 September 2021 dan acara senam pada tanggal 2 Oktober 2021. Selain itu dalam beberapa

hal kesulitan yang dialami oleh Omah Tinom juga dibantu oleh Tim PkM, seperti mengajukan klaim google bisnis Omah Tinom Jogja yang sebelumnya tidak bisa diakses oleh mitra, dikarenakan sebelumnya akun tersebut dibuat menggunakan email pribadi karyawan yang saat ini telah mengundurkan diri. Pada Gambar 2, ditunjukkan satu menu minuman khas yang ditawarkan yaitu 'wedang Tinom'.



Gambar 2
Minuman Wedang Tinom

Hasil-hasil diskusi dengan mitra dan berbagai dokumen/informasi yang telah ada sebelumnya, digunakan oleh Tim PkM FTI UMBY untuk membangun *website* bagi Omah Tinom Jogja. Kegiatan dilaksanakan secara daring dan luring dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Pertemuan luring diselenggarakan di Laboratorium Jaringan Komputer diantaranya pada bulan April, Juni, Juli dan September 2021. Pada pertemuan luring dibahas tentang kemajuan

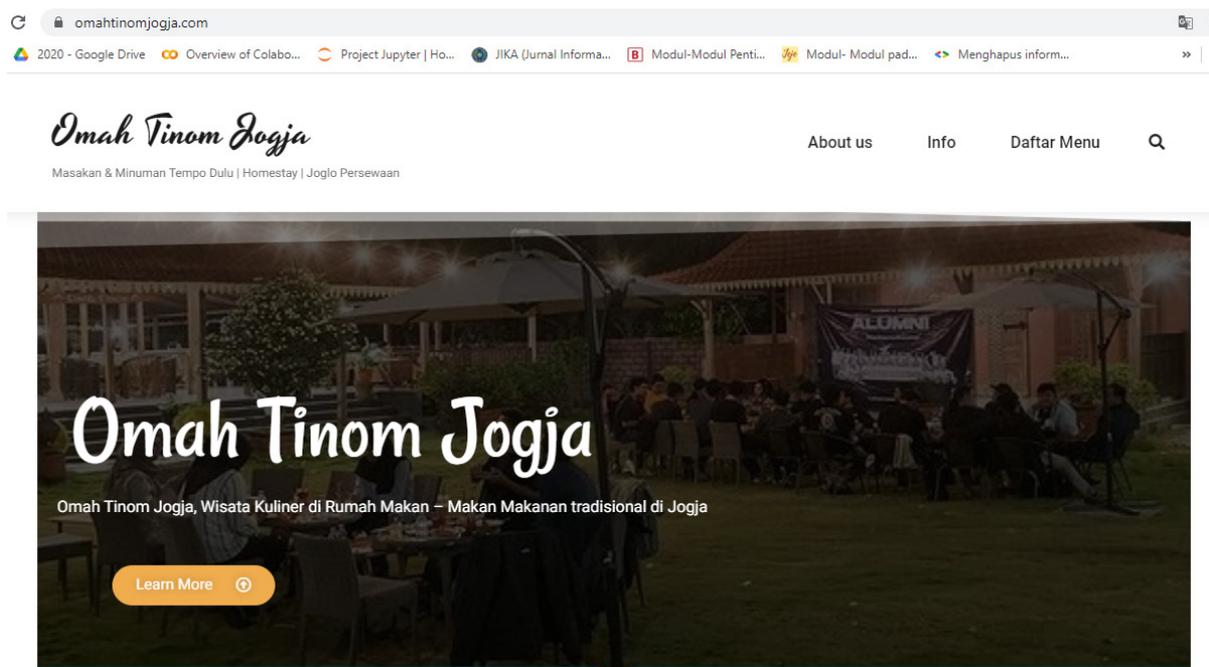
kegiatan pengabdian pengembangan *website* lebih banyak dilaksanakan secara daring sejalan dengan kebijakan Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang masih lebih banyak menerapkan kebijakan WFH (*Work from Home*) dan pembelajaran daring penuh bagi mahasiswa. Pada Gambar 3 ditunjukkan dokumentasi rapat luring Tim PkM pada tanggal 6 September 2021.



Gambar 3
Rapat luring Tim PkM pada tanggal 6 September 2021

Sesuai permintaan mitra, alamat *website* bagi Omah Tinom Jogja dapat diakses melalui alamat *website*: <https://omahtinomjogja.com>. *Web Hosting* didaftarkan pada tanggal 1 Juli 2021 selama satu tahun ke depan dengan kapasitas penyimpanan 500 MB dengan menggunakan provider <https://www.domosquare.com/>. Untuk selanjutnya mitra dapat melakukan perpanjangan

dan *upgrade* kapasitas penyimpanan jika diperlukan. Tampilan halaman penuh di *web browser* diperlihatkan pada Gambar 4. Konten dalam *website* diisi dengan informasi dan hasil dokumentasi yang telah ada pada Manajemen Omah Tinom Jogja dan juga dokumentasi-dokumentasi baru selama pengembangan *website*.



Gambar 4
Tampilan halaman depan *website* Omah Tinom Jogja

Untuk kepentingan pemeliharaan dan pengelolaan *website* oleh pihak Manajemen Omah Tinom Jogja pasca serah terima, Tim PkM FTI UMBY melaksanakan pelatihan bagi admin *website* yang ditunjuk oleh dan dari mitra. Pelatihan meliputi bagaimana mengelola *website* dengan meng-*update* informasi dan lain-lain serta bagaimana cara memperpanjang masa berlangganan *web hosting (renew hosting)* untuk kepentingan keberlanjutan *website* Omah Tinom Jogja. Pelatihan dilaksanakan pada hari yang sama dengan serah terima *website* dari Tim PkM FTI UMBY kepada mitra Omah Tinom Jogja pada hari Senin, 8 November 2021. Gambar 5 memperlihatkan acara serah terima *website* dan Gambar 6 memperlihatkan pelatihan bagi admin *website* yang ditunjuk. Admin dibekali dengan buku panduan manual untuk pemeliharaan dan pengelolaan *website* dengan harapan bahwa *website* Omah Tinom Jogja dapat terus dikelola dan dipelihara pasca serah terima dari Tim PkM.

Manajemen Omah Tinom Jogja menyampaikan terima kasih atas bantuan pengembangan *website* dan menambahkan informasinya di Internet. Admin *Website* yang dilatih dan ditugaskan oleh manajemen Omah Tinom Jogja menyampaikan bahwa, cara mengisi *website* cukup mudah. lebih nyaman diisi dari Laptop. Saat mengisi konten dari Smartphone masih bisa dilakukan, namun menu-menu tidak langsung terlihat secara keseluruhan. Saat menulis Omah Tinom di Google alamat *website* sudah muncul.

Dalam penulisan artikel di *website* sebaiknya menggunakan narasi yang cukup dan juga disertai foto pendukung yang menarik. Namun peserta pelatihan menyampaikan bahwa memang belum terbiasa menulis artikel, selama ini umunya hanya mengunggah foto di sosial media dengan infomasi (*caption*) yang terbatas. Sehingga masih perlu belajar dalam membuat artikel yang baik untuk dimuat di *website*.



Gambar 5
Serah terima *website* dari Tim PkM FTI UMBY kepada mitra



Gambar 6
Pelatihan admin *website*

D. KESIMPULAN

Berdasar kegiatan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Tim PkM Fakultas Teknologi Informasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan mitra Omah Tinom Jogja, dapat diambil simpulan sebagai berikut.

- Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu Omah Tinom Jogja telah memiliki *website* yang dapat digunakan sebagai media berkomunikasi dengan masyarakat luas untuk memperkenalkan jenis usaha dan layanan yang ditawarkannya. *Website* Omah Tinom Jogja dapat diakses melalui alamat *website* <https://omahtinomjogja.com>.
- Mitra kegiatan pengabdian yaitu Omah Tinom Jogja telah memiliki staff admin *website* yang dapat melakukan pemeliharaan dan pengelolaan *website* untuk kepentingan pengembangan pemasaran produk dan jasa persewaan Omah Tinom Jogja dengan memanfaatkan teknologi informasi.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada P3MK (Pusat Penelitian, Pengabdian Masyarakat dan Kerjasama) Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang telah memfasilitasi pendanaan bagi terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak Manajemen Omah Tinom Jogja atas kesediaannya sebagai mitra

kegiatan dengan membuka tangan lebar-lebar bagi Tim PkM untuk menggali dan mengakses informasi yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, D. A., Yuniar, A. E., & Widyanti, T. N. (2019). Jurnal Pengembangan Kompetensi Pembangunan Website Informasi Di Pimpinan Cabang Muhammadiyah Baki, Sukoharjo. *Warta LPM*, 22(2), 59–66.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247.
<https://www.jurnal.plb.ac.id/index.php/atribis/article/view/512>
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Jurnal Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16, 32–41.
- Hanifawati, T., & Listyaningrum, R. S. (2021). Jurnal Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *Warta LPM*, 24(3), 412–426.
<https://doi.org/10.23917/warta.v24i3.12615>
- Leofitri, J. (2021). Jurnal Sosial Media, Bisnis Kuliner dan Pandemi Covid-19. *Perspektif*, 10(2), 505–514.
<https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4743>

- Muafani, M. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(2), 134–139. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v8i2.1587>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647>
- Saleh, B., & Hadiyat, Y. D. (2016). Penggunaan Teknologi Informasi di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Daerah Perbatasan (Studi di Kabupaten Belu Provinsi Nusa Tenggara Timur). *Journal Pekommas*, 1(2), 141. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2016.2010204>
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 1147–1156. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.954>