



---

## PEMANFAATAN PLATFORM MEDIA SOSIAL UNTUK USAHA MANDIRI PEMUDA BINA BUGIS SQUAD

**Trisnian Ifianti, Adi, Endang Setiyo Astuti**

Pendidikan Bahasa Inggris, IKIP Budi Utomo

[trisnian.ifianti@budiutomomalang.ac.id](mailto:trisnian.ifianti@budiutomomalang.ac.id)

[adi.doank.007.ad@gmail.com](mailto:adi.doank.007.ad@gmail.com)

[mynameisendang@gmail.com](mailto:mynameisendang@gmail.com)

### Abstract

In the contemporary world, technological advancements have paved the way for online businesses to tap into a broader market using the internet and mobile devices. This implementation of Personal Knowledge Management (PKM) aims to achieve two primary objectives: firstly, training the "Bina Bugis Squads" Youth Community, and secondly, empowering them to engage in online selling through social media platforms, including Tokopedia, which facilitates product marketing across the archipelago. Registering on Tokopedia offers distinct advantages such as effective customer reviews and complaint management (UK), ensuring certification and security (SK), competitive product pricing (HP), comprehensive product descriptions (DP), and reliable transportation options (TR). The enthusiasm to provide workshops to several sellers drives them to embrace online selling through social media and diverse platforms like Facebook, Instagram, and the community itself

### Abstrak (Indonesia)

Di dunia serba digital ini, kemajuan teknologi telah membuka jalan bagi bisnis online untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui internet dan perangkat seluler. Pelaksanaan Personal Knowledge Management (PKM) bertujuan untuk mencapai dua tujuan utama: pertama, membentuk komunitas pelaku e-commerce pemuda "Bina Bugis Squads" dan kedua, memberdayakan mereka untuk terlibat dalam penjualan online melalui platform media sosial, termasuk Tokopedia, memfasilitasi pemasaran produk di seluruh nusantara. Registrasi Tokopedia menawarkan keuntungan khusus seperti ulasan pelanggan yang efisien dan penanganan keluhan (UK), sertifikasi dan keamanan yang terjamin (SK), harga produk yang kompetitif (HP), deskripsi produk dan lainnya. Produk jadi (DP) dan pilihan pengiriman yang andal (TR). Antusiasme yang tinggi dalam pelatihan bagi beberapa penjual mendorong mereka untuk berjualan secara online melalui media sosial dan platform yang beragam seperti Facebook, Instagram, dan komunitas itu sendiri.

### Pendahuluan

Peningkatan kapasitas masyarakat melalui penerapan IPTEK berperan penting dalam mendukung perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di era informasi saat ini. Semakin banyak UMKM yang memasuki ekonomi digital menggunakan berbagai platform seperti broadband, e-commerce, social, cloud, dan mobile. Melalui komitmen ini, UMKM dapat tumbuh lebih cepat, lebih inovatif dan meningkatkan daya saing pendapatan

### Article History

### Key Words

e-commerce, selling, online.

### Sejarah Artikel

### Kata Kunci

e-commerce, penjualan, daring.



dan penciptaan lapangan kerja, sejalan dengan tantangan komunitas bisnis ASEAN. Hal ini sejalan dengan pemikiran Narulita & Koswara, (2021) bahwa pembangunan ekonomi lokal mengacu pada koordinasi antar instansi pemerintah, pelaku usaha, sektor non pemerintah dan masyarakat untuk mengenali dan memanfaatkan potensi sumber daya yang ada di daerah setempat. untuk memperkuat dan memperkuat ekonomi lokal secara keseluruhan. Kemitraan ini bertujuan untuk menciptakan kondisi ekonomi lokal yang lebih unggul dan lebih fleksibel dari sebelumnya. Pasca pandemi, sejumlah bisnis berkembang pesat berkat kondisi tersebut, seperti bisnis masker kain, hand sanitizer, bisnis catering dengan banyak pilihan unik dan terjangkau, food service, food service, dll. Kurir dan COD -layanan dating bayar. Tingginya permintaan masker kain dan hand sanitizer berasal dari kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan. Sedangkan kegiatan kuliner dengan menu menarik dan harga terjangkau menarik perhatian pelanggan yang ingin menikmati makanan di rumah tanpa harus keluar. Dengan maraknya layanan pengiriman ekspres, masyarakat lebih memilih mengandalkan layanan tersebut daripada bepergian sendiri untuk mengurangi risiko penularan virus. Dengan tren tersebut, perusahaan-perusahaan tersebut unggul di tengah pandemi.

Berkembangnya industri kuliner di masa pandemi dengan makanan yang beragam telah membawa kenyamanan bagi masyarakat sehingga meningkatkan keinginan untuk berbelanja. Perubahan ini mencerminkan skala dan kompleksitas dampak pandemi COVID-19. Banyak orang kehilangan pekerjaan, namun situasi ini mendorong mereka untuk menggali potensi dan keterampilan masing-masing, yang mendorong lahirnya usaha-usaha kecil yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat dan meningkatkan produktivitas perempuan. Meski begitu, banyak usaha kecil yang masih perlu memahami cara menyusun laporan keuangan usahanya, sehingga membutuhkan informasi keuangan yang tepat. Pesatnya pertumbuhan dan transformasi bisnis menuju digitalisasi menuntut bisnis untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. Bagi perusahaan yang lebih besar, proses digitalisasi ini cenderung lebih mudah ketika memiliki sumber daya yang cukup (Sholihah, 2021; Masrul, dkk, 2020).

Namun, bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), digitalisasi memerlukan persiapan yang lebih. UMKM menghadapi berbagai permasalahan, seperti minimnya pengetahuan tentang cara mendirikan UMKM, kesulitan perizinan, sengketa Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), dan tantangan strategis pemasaran melalui media digital (Sholihah, 2021; Masrul, dkk, 2020). Saat ini, teknologi informasi memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis, khususnya dalam bidang penjualan. Pasca pandemi, beberapa bisnis terlihat kembali populer seperti menjual masker kain, hand sanitizer, jasa makanan dengan variasi yang unik dan terjangkau, dan jasa kurir menyediakan jasa pengiriman karena banyak orang menghindari perjalanan dan lebih memilih menggunakan pengiriman ekspres. melayani. Usaha kuliner juga memperkenalkan ragam makanan yang semakin diminati masyarakat sehingga meningkatkan keinginan untuk berbelanja. Perubahan ini menunjukkan bahwa dampak pandemi COVID-19 sangat luas dan kompleks dan hal tersebut berlangsung selama orang merasa nyaman dengan pola belanja yang serba mudah.



Banyak orang kehilangan pekerjaan, tetapi situasi tersebut mendorong orang untuk mengembangkan keterampilan dan potensi mereka sendiri, yang mengarah pada penciptaan usaha kecil yang memenuhi kebutuhan orang lain dan meningkatkan produktivitas perempuan. Namun, masih banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang kesulitan dalam menyusun laporan keuangan. Untuk bisnisnya, jadi dia membutuhkan informasi keuangan terkini.

Pemasaran media sosial adalah cara berbeda untuk mempromosikan konten bisnis dengan pendekatan berbeda kepada pengguna media sosial. Tujuannya adalah menemukan strategi yang efektif untuk menyampaikan informasi yang relevan untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan penjualan. Di era teknologi yang canggih, preferensi belanja konsumen sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Awalnya, munculnya teknologi Web 2.0 memudahkan orang untuk membuat dan berbagi konten, berinteraksi, “menyukai” dan merekomendasikan sesuatu kepada orang lain. (Yunus, 2021; Yunus, 2019)

Di masa pandemic dan pasca pandemi, memang banyak peluang bagi individu untuk memulai bisnis mandiri dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce. Dengan kemajuan teknologi saat ini, seseorang dapat menggunakan internet dan perangkat seluler untuk mengembangkan bisnisnya secara online dan menjangkau pasar yang lebih luas. Semangat inilah yang mendorong pemateri untuk membantu banyak pelaku usaha dikalangan anak muda untuk menjual barang secara online melalui platform media sosial serta situs e-commerce lainnya seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, bahkan Facebook dan Instagram untuk anggota Karang Taruna “Bina Bugis Squads” RW 3 Bugis Saptorenggo, Pakis.

### **Metode Penelitian (12pt)**

Metode dan prosedur penyelesaian permasalahan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tindakan yang diambil untuk mengatasi masalah tersebut meliputi:

1. Observasi dan pengumpulan data. Riset dan pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan informasi yang komprehensif tentang hambatan yang dihadapi agen perdagangan dalam memasarkan produk di sektor ini. Pendekatan ini melibatkan wawancara dengan pelaku usaha yang merupakan anggota Karang Taruna” Bina Bugis Squads”. Dari wawancara tersebut diperoleh informasi mengenai kapasitas produksi frozen food, jumlah follower media sosial sebelumnya dari masing-masing pengusaha, perkiraan jumlah pelanggan potensial serta penjualan sebelumnya saat pelatihan.

2. Analisis hasil survei merupakan langkah penting selanjutnya setelah pengumpulan data melalui wawancara. Data ini akan dianalisis untuk menentukan tindakan selanjutnya yang perlu diambil oleh tim layanan untuk memperbaiki masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha tsb.

3. Pelatihan e-commerce untuk memasarkan produk frozen food. Pelatihan ini akan berlangsung dalam beberapa tahap. Langkah pertama akan dimulai dengan memberikan



pemahaman tentang berbagai jenis platform media sosial yang dapat digunakan untuk tujuan pemasaran.

Pengusaha kemudian akan dilatih untuk membuat akun di berbagai platform media sosial dan kemudian dibimbing untuk menguasai cara kerja masing-masing platform tersebut. Beberapa platform media sosial yang akan diajarkan antara lain Facebook, Instagram, dan Twitter. Setelah menguasai pemanfaatan beberapa platform media sosial, para pengusaha akan diajak untuk menggabungkan penggunaan beberapa platform tersebut dalam strategi pemasarannya.

Tahap akhir dari program ini adalah melakukan penilaian untuk mengukur peningkatan penjualan setelah pelatihan. Keberhasilan program pelatihan e-commerce ini akan diukur dari peningkatan penjualan frozen food yang terjadi setelah program tersebut dilaksanakan.

Pelaksanaan PKM di Lingkungan RW 03 Bugis Krajan desa Saptorenggo dengan sasaran anggota Karang Taruna Bina Bugis Squad, yang dilaksanakan pada tanggal 12-23 Juni 2023 bertempat di Desa Saptorenggo Kecamatan Pakis sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan. Setelah kegiatan pengabdian kegiatan masyarakat berakhir, dilakukan, tahap selanjutnya yaitu penerbitan artikel Pengabdian Pada Masyarakat sebagai luaran.

Adapun pelaksanaan:

1. Menjelaskan kepada anggota Karang Taruna Bina Bugis Squad bahwa tujuan dari pelaksanaan Program Pelatihan ini adalah untuk memberikan pembekalan kepada peserta melalui dua tahap. Tahap pertama melibatkan penyampaian materi secara tutorial, yang akan didukung dengan sesi diskusi. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta dapat memahami dan menguasai materi pelatihan secara lebih efektif melalui kombinasi antara pemaparan teori dan interaksi aktif dalam berdiskusi.

2. Melatih anggota Karang Taruna Bina Bugis Squad bahwa pembekalan/ penyuluhan ini bertujuan untuk memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk berjualan online. Target dari program ini adalah mencetak seorang wirausaha baru yang mandiri dengan mengintegrasikan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) dalam industri rumahan, terutama dalam menghadapi situasi pasca pandemi. Dengan pelatihan ini, diharapkan peserta akan mampu mengembangkan usaha mereka secara online melalui media sosial, sehingga dapat bertahan dan berhasil melalui kesulitan-kesulitan yang timbul sebagai dampak pandemi ini. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemandirian peserta dalam berwirausaha serta memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk mencapai kesuksesan dalam berjualan secara online.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan (12pt)**

Banyaknya platform e-commerce sangat membantu para pelaku usaha dalam mensiasati menjamurnya pola belanja online, contohnya Tokopedia. Supplier Tokopedia merupakan salah satu premis perusahaan Tokopedia yang berperan sebagai platform pendukung bagi



---

para pengusaha untuk mempermudah pemasaran produknya ke seluruh nusantara. Bagaimana cara membuat akun di Tokopedia?

1. Anda dapat mendaftar akun baru menggunakan akun Google atau nomor telepon Anda.
2. Atau, Anda dapat masuk dengan akun Facebook atau Google yang telah didaftarkan sebelumnya.

Tokopedia memiliki keunggulan di sejumlah komponen berbeda, yaitu review dan klaim (UK), sertifikasi dan keamanan (SK), harga produk (HP), deskripsi produk (DP) dan pengiriman.(TR). Seperti yang dijelaskan oleh Nurul et al. (2019), faktor terpenting untuk meningkatkan penjualan di marketplace Tokopedia adalah review, yang lebih penting dari jumlah pengunjung, reputasi produk, dan gold badge. Hal ini menunjukkan bahwa review dan komplain di Tokopedia memiliki peran dan keunggulan yang sangat penting pada platform ini yang menjadi daya tarik konsumen untuk berbelanja. Ada berbagai jenis rangsangan pemasaran untuk menarik konsumen berbelanja di marketplace Tokopedia. Beberapa di antaranya adalah tersedianya produk yang lengkap dan nyaman, harga yang terjangkau, pengiriman yang cepat dengan pilihan yang beragam, promosi yang menarik, feedback positif dari seller yang sudah terbukti dengan ulasan dan foto display, serta proses transaksi yang cepat yang diharapkan konsumen. . Semua faktor tersebut berkontribusi dalam menarik pembeli untuk membeli di platform Tokopedia .

Melihat faktor-faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa keunggulan Tokopedia terletak pada harga produk, deskripsi produk dan transportasi yang nyaman bagi konsumen. Selain itu, pentingnya sertifikasi dan keamanan tidak dapat diabaikan seiring dengan peran ulasan yang menjadi salah satu poin kunci pendukung kesuksesan Tokopedia sebagai marketplace.

Dengan menggunakan platform seperti Tokopedia, pelaku bisnis dapat mengembangkan bisnis onlinenya dan menjangkau pasar yang lebih luas. Tokopedia menawarkan berbagai alat yang dapat membantu pengusaha menjalankan bisnisnya di dunia maya secara efisien. Dengan platform ini, mereka dapat menjangkau calon pelanggan dari berbagai daerah tanpa batasan geografis yang ketat.

Program ini juga memberikan dukungan bagi banyak penjual atau vendor agar bisa berjualan secara online melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Pada tahap pertama, pemateri berbagi cerita pengalaman membuka toko online di berbagai platform yang menarik minat beberapa peserta. Selain itu, mereka belajar bagaimana membuka toko online dan memasarkan produk mereka menggunakan sumber daya alam, kemampuan dan keterampilan di bidangnya.



---

Tujuan utama dari program ini adalah untuk mengoptimalkan dan menciptakan ekonomi lokal yang lebih baik dan kuat dari sebelumnya. Dengan memberdayakan pelaku usaha lokal dan memanfaatkan produk-produk potensial dari daerah, diharapkan ekonomi lokal dapat tumbuh dan berkembang secara signifikan.

Beberapa produk ditawarkan melalui teknik atau sarana penjualan atau promosi media sosial yang mencakup strategi pemasaran yang efektif yang menarik perhatian publik dengan konten yang menarik dan bernilai, menawarkan promosi atau diskon khusus untuk meningkatkan daya tarik, dan memberikan layanan pelanggan yang baik untuk membangun basis yang kuat. Hubungan dengan konsumen. Dengan menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran, penjual dapat terhubung dengan calon pembeli secara lebih personal dan terhubung dengan pasar yang lebih luas.

Menariknya, analisis lebih lanjut dalam tiga seminar pasar menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang dapat digabungkan menjadi komposisi yang serupa. Di tiga bengkel di pasaran, ditemukan bahan yang sama, yaitu:

penilaian dan keluhan (UK) dan transportasi (TR). Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, ulasan dan keluhan, serta transportasi, selalu menjadi pertimbangan utama di Tokopedia.

Dengan memanfaatkan peran Internet dan perangkat seluler yang dimiliki, pelaku usaha dapat mengembangkan bisnis online dan memperluas pasar lebih luas. Antusiasme ini mendorong pemateri untuk menyelenggarakan program workshop bagi anggota Karang Taruna” Bina Bugis Squad” yang aktif sebagai penjual sehingga berminat berjualan online melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram dan platform lainnya.

Masa pasca pandemi benar-benar menghadirkan peluang bagi para pelaku bisnis mandiri untuk memanfaatkan media sosial dan e-commerce. Kemajuan teknologi saat ini memungkinkan para pelaku usaha untuk memanfaatkan internet dan perangkat seluler untuk mengembangkan bisnis online untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Bagaimana tidak, dalam kehidupan sehari-hari, kita sering dihadapkan pada kegiatan jual beli. Kegiatan ini melibatkan penjual yang menyediakan barang atau jasa dan pembeli yang ingin membeli barang atau jasa dari penjual tersebut. Selama penjualan, harga atau nilai tertentu akan digunakan sebagai referensi.

Dalam kehidupan sehari-hari, dua jenis penjualan dapat dibedakan: penjualan langsung dan penjualan tidak langsung. Penjualan langsung terjadi ketika penjual dan pembeli atau konsumen berinteraksi langsung pada tempat dan waktu yang telah disepakati sebelumnya. Dalam penjualan langsung, penjual bertanggung jawab untuk mengiklankan dan



---

menyediakan barang atau jasa tanpa bantuan pihak lain. Semuanya dikelola oleh penjual sendiri. Tidak seperti penjualan tidak langsung, di mana penjual menggunakan perantara seperti iklan, katalog, atau platform online melalui Internet untuk mempromosikan barang atau jasa mereka kepada calon pembeli. Dengan cara ini penjual berusaha mempengaruhi pembeli agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Secara umum konsep penjualan meliputi kegiatan menjual barang atau jasa kepada pembeli dengan melibatkan penjual secara langsung atau melalui perantara. Dalam kehidupan sehari-hari, penjualan memegang peranan penting dalam menggerakkan roda perekonomian. Tentu penjualan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara.

Secara keseluruhan, penjualan berdampak besar pada perekonomian suatu negara, baik dari segi arus kas, pemenuhan kebutuhan masyarakat, kontribusi terhadap pertumbuhan dan lapangan kerja.

Dengan terlaksananya program ini bisa menjadi support kepada beberapa seller atau penjual online melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram, serta beberapa platform lainnya, hal ini dimaksudkan untuk memberikan dukungan. Prosesnya diawali dengan berbagi cerita membuka toko online di berbagai platform. Alhasil, banyak orang yang tertarik dan terinspirasi untuk belajar bagaimana membuka toko sendiri dan memanfaatkan produk yang mereka miliki dengan memanfaatkan sumber daya alam, kemampuan dan keterampilan yang ada di daerah mereka. Dengan demikian, tujuan yang ingin dicapai adalah mengoptimalkan dan menciptakan ekonomi lokal yang lebih baik dan kuat dari sebelumnya.

Selain memberikan kemudahan dan kemudahan dalam berbelanja, pengalaman belanja online juga menawarkan pilihan yang beragam dan kaya. Dengan sekali klik kita dapat menemukan berbagai jenis produk dengan harga yang berbeda-beda, memungkinkan kita untuk memilih harga termurah dari produk yang ingin kita beli. Pembayaran juga bisa dilakukan secara online dan selanjutnya kita tinggal menunggu barang yang dibeli langsung dikirim ke alamat masing-masing.

Pandemi membuat bisnis online semakin populer dan banyak diminati. Banyak orang beralih ke model bisnis online sebagai cara untuk tetap bertahan tanpa harus bersentuhan langsung dengan orang lain dan untuk mengurangi risiko penularan melalui barang. Bisnis online menawarkan sejumlah keunggulan, seperti kemudahan dalam mencari barang yang diinginkan, proses pembayaran yang dapat dilakukan secara online tanpa harus menghubungi penjual secara langsung, serta program Promosi berupa diskon membantu pembelian menjadi lebih hemat.

Semua kelebihan tersebut menjadi alasan utama mengapa banyak perusahaan yang berpindah ke dunia e-commerce. Komputer bertindak sebagai perantara yang memfasilitasi transaksi



---

bisnis, memungkinkan pelanggan dan penjual untuk berinteraksi, dan menyediakan platform yang memfasilitasi proses jual beli online. Dengan begitu, bisnis online menjadi solusi yang efektif dan aman bagi banyak orang untuk menghadapi situasi wabah dan mengikuti tren bisnis yang terus berkembang..

### **Kesimpulan (12pt)**

Tidak dipungkiri, pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) di masa pandemi telah membuka banyak peluang bagi penjual atau penjual online melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, maupun platform website lainnya seperti Tokopedia. Berjualan online memungkinkan penjual menjangkau wilayah yang lebih luas tanpa batas geografis, yang sebelumnya sulit dijangkau dengan penjualan konvensional.

Berjualan melalui jejaring sosial dan platform e-commerce seperti Tokopedia menawarkan sejumlah keuntungan bagi penjual:

1. Kisaran pasar yang luas:

Dengan menggunakan platform online, penjual dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah, baik di dalam maupun di luar negeri, tanpa dibatasi oleh jarak dan lokasi fisik.

2. Transaksi mudah:

Platform online yang menyediakan sistem pembayaran dan transaksi yang aman dan mudah bagi penjual dan pembeli. Ini memudahkan proses jual beli.

3. Pemasaran yang efektif:

Platform media sosial dan e-niaga menawarkan berbagai alat pemasaran yang dapat digunakan penjual untuk memamerkan produk mereka ke audiens target yang tepat.

4. Kumpulan ulasan dan komentar:

Melalui platform online, penjual bisa mendapatkan ulasan dan umpan balik dari pelanggan, yang dapat membantu mereka meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka.

5. Kelola inventaris dengan lebih efisien:

Dengan menggunakan teknologi, penjual dapat lebih mudah mengelola inventarisasi produknya, mengurangi risiko kehabisan stok atau kelebihan stok. Namun, dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk berjualan online, penjual juga perlu



---

memperhatikan beberapa hal seperti keamanan data, keaslian produk, dan pengiriman tepat waktu untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan memastikan kesuksesan bisnisnya di dunia digital. .

### **Saran (12pt)**

Dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi di masa pandemic maupun pasca pandemi, pelaku usaha online melalui jejaring sosial atau beberapa platform Tokopedia bahkan Facebook, Instagram, memudahkan penjual untuk memasarkan produknya ke wilayah yang lebih luas .

### **Daftar Pustaka**

Hadiyat, Y. D. (2014). Kesenjangan Digital di Indonesia (Studi Kasus di Kabupaten Wakatobi). *Jurnal Pekommas*, 17(2), 81-90.

Irawan, E. (2020). Pembangunan Pedesaan Melalui Pendekatan Kebijakan Local Economic Development Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Desa. *Nusantara Journal of Economics*, 2(02), 38-52

Masrul, M., Abdillah, L. A., Tasnim, T., Simarmata, J., Daud, D., Sulaiman, O. K., ... & Faried, A. I. (2020). Pandemi COVID-19: Persoalan dan Refleksi di Indonesia. Yayasan Kita Menulis.

Narulita, G., & Koswara, A. Y. (2021). Penentuan Faktor Pengembangan Ekonomi Lokal Industri Mebel di Kecamatan Gadingrejo Kota Pasuruan. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), D59- D64.

Nugroho, R. H., & Andarini, S. (2020). Strategi Pemberdayaan UMKM di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1(01).

Sholihah, I. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Peluang Usaha Mandiri pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Pandansari Kecamatan Poncokusumo Malang. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 21-31

Yunus, A. (2019, April). Pengaruh TI Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam Peserta Didik di SMP Negeri 3 Mappadeceng Kabupaten Luwu Utara. In *ESIT* (Vol. 14, No. 1, pp. 16-25).