Sosialisasi Dan Pelatihan Inovasi Teknologi Informasi Bagi UMKM Di Kelurahan Klitren Untuk Bertahan Dan Berkembang Di Era Pandemi Covid-19

Zaidir[1], Indra Listiawan[2]
Prodi D3 Teknologi Informasi[1], Prodi D3 Teknologi Informasi[2]
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Respati Yogyakarta
zaidirtan@respati.ac.id[1], indra.unriyo@yahoo.com[2]

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 memukul seluruh sektor kehidupan masyarakat dan perekonomian serta berdampak pada perubahan perilaku dan kegiatan usaha maupun peluang bisnis. Pelaku usaha terus dituntut melakukan inovasi dalam usahanya agar dapat bertahan dan bersaing di masa adaptasi kebiasaan baru serta era transformasi digital. Keadaan saat ini memang berat, transformasi digital menjadi sebuah keniscayaan yang tidak bisa dihindari, termasuk di dunia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM masih banyak yang belum memanfaatkan komputer sebagai penunjang dalam pengembangan usahanya menjadi salah satu kendala untuk menginjaki dunia *online*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan melakukan pendekatan dengan sosialisasi dan pelatihan mengenai teknologi informasi yang dapat digunakan sebagai alternatif peningkatan pasar di era pandemi covid-19 bagi pelaku UMKM di kelurahan Klitren. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dapat berkontribusi untuk ilmu pengetahuan dalam bentuk karya inovatif bidang teknologi informasi untuk pendukung UMKM. Pelaku UMKM harus melakukan inovasi dalam menghadapi pandemi Covid-19 dan masa setelahnya, pemanfaatan teknologi informasi hal penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas usaha dan keberlanjutannya dalam menghadapi persaingan.
Kata Kunci: Inovasi Teknologi Informasi, UMKM, Pandemi Covid-19

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has hit all sectors of people's lives and the economy and has an impact on changes in behavior and business activities as well as business opportunities. Business actors continue to be required to innovate in their efforts in order to survive and compete in the adaptation period of new habits and the era of digital transformation. The current situation is indeed difficult, digital transformation is a necessity that cannot be avoided, including in the world of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). There are still many MSMEs that have not used computers as a support in developing their business, which is one of the obstacles to entering the online world. This community service activity aims to approach with socialization and training on information technology that can be used as an alternative to increasing the market in the era of the covid-19 pandemic for MSME actors in the Klitren village. The result of this community service activity is that it can contribute to science in the form of innovative work in the field of information technology to support MSMEs. MSME actors must innovate in the face of the Covid-19 pandemic and the aftermath, the use of information technology is important to improve business quality and sustainability in the face of competition.
Keywords*: Information Technology Innovation, MSMEs, Covid-19 Pandemic*

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia merupakan kelompok usaha dengan jumlah cukup besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM memiliki permasalahan diantaranya modal yang terbatas, urusan perizinan, rendahnya kesadaran membayar pajak, kurangnya inovasi, dan gagap teknologi. Salah satu keunggulan UMKM yang utama adalah kemudahan dalam mengadopsi inovasi dalam bisnis, terutama dalam bidang teknologi karena tidak memiliki birokrasi yang berbelit dan sistem yang rumit. Keunggulan lainnya adalah

faktor hubungan antar karyawan karena lingkupnya lebih kecil, dan fleksibilitas untuk menyesuaikan bisnis dengan kondisi pasar yang dinamis.

Pandemi Covid-19 berdampak ke segala sektor, dirasakan secara signifikan oleh para pelaku UMKM. Menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Kondisi pandemi ini menuntut UMKM untuk kreatif melakukan bisnis dengan metode baru. Menjadi seorang pebisnis di masa pandemi juga harus menghadapi tantangan berupa perubahan-perubahan prioritas konsumen terhadap barang-barang tertentu, perilaku konsumen bahkan strategi dalam menjalankan bisnis pun harus ikut disesuaikan. Pandemi Covid-19 telah memukul seluruh sektor kehidupan masyarakat dan perekonomian serta berdampak pada perubahan perilaku dan kegiatan usaha maupun peluang bisnis. Kalangan industri usaha terus dituntut untuk melakukan inovasi usahanya agar dapat bertahan dan bersaing di masa adaptasi kebiasaan baru serta era transformasi digital. Keadaan saat ini memang berat, transformasi digital pun menjadi sebuah keniscayaan yang tidak bisa dihindari, termasuk di dunia UMKM. UMKM masih banyak yang belum memanfaatkan komputer sebagai penunjang dalam pengembangan usahanya menjadi salah satu kendala untuk menginjaki dunia *online*.. Hal ini juga yang terjadi pada UMKM di Kelurahan Klitren Yogyakarta.

Topik mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait UMKM sudah banyak dilakukan diantaranya: (Andriyanto, 2018) mengatakan para pelaku bisnis UMKM berpandangan bahwa pemanfaatan IT dengan penerapan *e-commerce* dapat memperluas pemasaran, memberikan efisiensi bisnis, biaya operasional terkendali, tidak terbatas ruang dan waktu, dan dapat meningkatkan penghasilan. Pemanfaatan IT dengan menerapkan *e-commerce* dapat menjadi strategi bersaing yang akan meningkatkan daya saing UMKM. (Astuti, 2019) mengatakan bahwa infrastruktur berguna untuk memudahkan mobilitas faktor produksi, terutama penduduk, memperlancar mobilitas barang dan jasa, juga memperlancar perdagangan antar daerah. Ini berarti pengembangan infrastruktur akan berdampak secara *multiflier effect* terhadap pertumbuhan dan peningkatan UMKM. (Basry & Sari, 2018) mengatakan bahwa dalam usaha meningkatkan produktifitas dan efisiensi dari UMKM, dapat memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Pengaruh positif pada UMKM dapat menikmati berbagai keuntungan dari penggunaan TIK diantaranya dapat melakukan komunikasi secara cepat, meningkatkan produktifitas, membangun peluang bisnis baru, dan mereka juga dapat terhubung ke jaringan global dengan jangkauan secara internasional. TIK juga dapat membantu UMKM dalam penghematan pengeluaran biaya operasional. (Febriyantoro & Arisandi, 2018) mengatakan bahwa penggunaan digital marketing membantu UMKM dalam menginformasikan dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Para pelaku UMKM mengatakan bahwa penggunaan digital marketing memperluas pangsa pasar, meningkatkan *awareness* bagi konsumen karena pelaku UMKM rutin memperbarui informasi mengenai produk setiap hari sekali serta meningkatkan penjualan karena beberapa UMKM juga berkolaborasi dengan beberapa *startup* yang sudah terkenal sehingga memudahkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. (Kosasi, 2017) mengatakan bahwa implikasi penting meningkatkan kelincahan organisasi bersumber dari kemampuan mengeksploitasi bisnis UMKM melalui kreativitas komunikasi pemasaran dengan kesiapan adopsi inovasi teknologi media sosial. Organisasi yang dapat bergerak lincah adalah organisasi dengan kemampuan mengadopsi inovasi teknologi media sosial secara menyeluruh untuk semua unit kerja secara konsisten. (Lubis & Junaidi, 2016) mengatakan bahwa masih rendahnya pemanfaatan teknologi informasi pada UMKM yang disebabkan oleh rendahnya pemahaman terhadap manfaat tekonologi informasi, rendahnya ketersediaan investasi dan rendahnya dukungan lembaga pemerintah. (Nurcahya & Majapahit, 2018) mengatakan bahwa sektor UMKM mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang untuk berkembang serta meningkatkan daya saing di tingkat regional maupun global harus didukung dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi diharapkan berguna untuk pihak UMKM dalam menyimpan, mengelola, serta mendistribusikan informasi, termasuk proses pemasaran produk lokal guna menjangkau pasar yang lebih luas. (Syastra & Amrizal, 2019) mengatakan bahwa strategi usaha mikro menjalankan usaha secara inovatif yaitu menggunakan aplikasi pinterest, instagram, dan youtube sebagai media informasi untuk membuat produk inovatif. (Tyas, Wahyono, Rakhmatulloh, Sariffuddin, & Hutama, 2020) mengatakan bahwa Klaster Klinting memiliki potensi untuk dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi dan informasi. Kondisi ini dapat dilihat dari penggunaan website media sosial untuk pemasaran produk, Penggunaan

teknologi informasi dapat memberikan manfaat kemudahan transaksi jual beli, memperluas informasi untuk mengembangkan bisnis, menciptakan saluran pemasaran berkelanjutan, meningkatkan pendapatan jangka pendek dan penjualan jangka panjang, mengurangi biaya pemasaran, menciptakan daya saing, kemudahan pemasaran, meningkatkan popularitas merek dan produk maupun perusahaan. (Yuwana, 2020) mengatakan bahwa penerapan pemasaran dan transaksi secara digital memberikan pengaruh positif pada keberlangsungan UMKM dengan tetap memperhatikan aturan *social distancing*, sehingga dianggap perlu untuk diterapkan di tengah Pandemi Covid-19. Selain itu, perlu dukungan pemerintah dalam hal percepatan revitalisasi digitalisasi pada UMKM, baik dari segi kebijakan maupun keberpihakan program untuk UMKM. (Zaelani, 2019) mengatakan bahwa bisnis perlu mengatasi masalah kepercayaan seputar inovasi dengan mencapai implementasi yang efektif dan sukses yang memungkinkan setiap orang mendapat manfaat. Pemerintah harus memastikan bahwa keuntungan dari inovasi akan berdampak secara luas di seluruh masyarakat untuk mencegah ketidaksetaraan sosial antara yang terkena dampak dengan tidak terpengaruh oleh perkembangan ini. Untuk meningkatkan kekuatan digitalisasi, pemerintah perlu mengatasi persoalan ini di tingkat pendidikan, serta dalam bisnis termasuk pada model pelatihan yang berpusat pada pengembangan keterampilan kreatif, sosial dan emosional. Pengembangan inovasi akan lebih produktif daripada pekerja manusia untuk tugas yang berulang. (Achmad, et al., 2020) mengatakan bahwa pemanfaatan media sosial memberikan prospek yang baik untuk menaikkan angka penjualan produk UMKM yang mengalami dampak pandemi COVID-19. Sistem pemasaran digital menyediakan *platform* jual beli secara daring, agar memudahkan proses transaksi, sehingga pembeli dapat berinteraksi dengan pemilik UMKM untuk melakukan transaksi secara langsung.

2. GAMBARAN UMUM DAN PERMASALAHAN MITRA

Kelurahan Klitren terdiri atas 16 RW, yang dibagi menjadi 3 kampung yaitu kampung Klitren Lor, kampung Iromejan, dan kampung Kepuh-Balapan. Kelurahan Klitren terletak di area pemukiman penduduk di wilayah RW 13 berjarak 150 m dari jalan raya seperti terlihat pada Gambar 1.

Gambar 1 Gedung dan Denah Kelurahan Klitren

Batas-batas wilayah kelurahan Klitren:
Utara : Desa Caturtunggal, Timur : Kelurahan Demangan,
Selatan: Kelurahan Demangan dan Kelurahan Baciro
Barat : Kelurahan Terban, Kelurahan Kotabaru, dan Kelurahan Bausasran
Pelaku UMKM yang ada di kelurahan Klitren ada sebanyak 123 UMKM yang terbagi menjadi beberapa jenis usaha. Penghasilan perbulan tiap UMKM bervariasi diantara Rp. 200.000 sampai Rp. 10.000.000. Besarnya gap penghasilan pelaku usaha UMKM yang ada, maka untuk memudahkan dalam klasifikasinya dibagi menurut skala usaha yaitu besar, sedang, kecil. Skala usaha kecil dengan penghasilan antara 200.000 sampai 2.000.000. Skala usaha sedang dengan penghasilan diatas 2.000.000 sampai 5.000.000. Skala usaha besar dengan penghasilan diatas 5.000.000, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Kelompok dan Skala Usaha UMKM di Kelurahan Klitren

No	Kelompok Usaha	Skala Usaha			Jumlah Total
		Besar	Sedang	Kecil	
1	Aksesoris	0	3	2	**5**
2	Kaki Lima dan Jasa Lainnya	0	2	11	**13**
3	Kuliner	4	14	57	**75**
4	Pakaian	2	2	9	**13**
5	Sembako/Kelontong	2	3	10	**15**
6	Transportasi	2	0	0	**2**
Jumlah Total		**10**	**24**	**89**	**123**

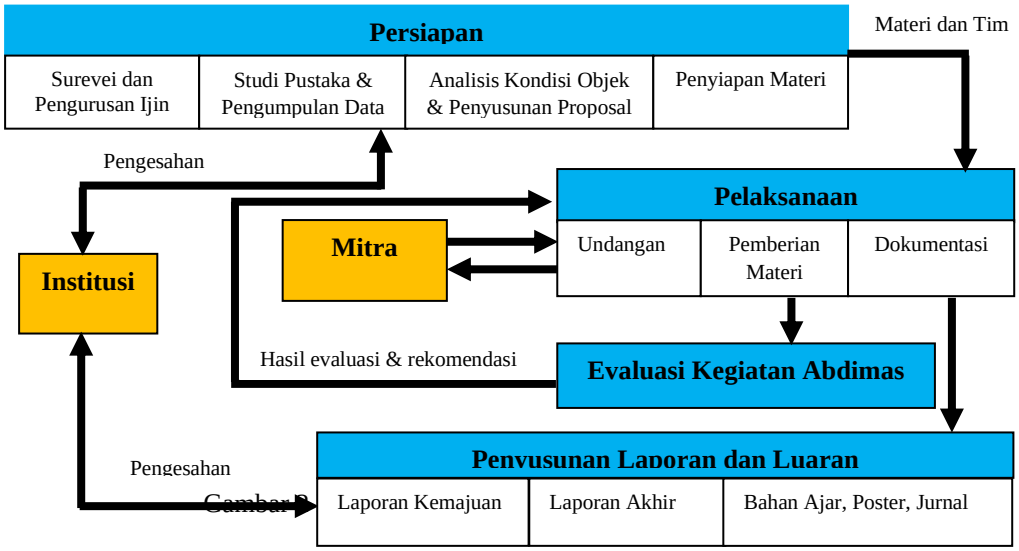
Berdasarkan studi pendahuluan dan analisis situasi di lapangan cukup banyak masalah yang dialami oleh UMKM, dimana yang yang menjadi fokus dalam kegiatan abdimas ini adalah banyak UMKM tidak memiliki laporan keuangan, kemampuan UMKM cenderung rendah dalam menggunakan teknologi informasi, dan permasalahan pemasaran.

3. METODE KEGIATAN

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilakukan secara berkelanjutan sekali dalam seminggu. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk memudahkan koordinasi dan memudahkan dalam transfer keilmuan.

a. Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui empat tahap/alur mekanisme. Tahap pertama adalah persiapan yang menghasilkan materi dan proposal. Tahap kedua adalah pelaksanaan yang menghasilkan dokumentasi. Tahap ketiga adalah evaluasi yang menghasilkan rekomendasi. Tahap keempat adalah penyusunan laporan dan luaran yang menghasilkan laporan kemajuan, laporan akhir, bahan ajar, poster dan jurnal. Mekanisme pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat digambarkan seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2

Dalam pelaksanaan, peserta diundang oleh tim bekerjasama dengan kelurahan Klitren sebagai mitra agar peserta menghadiri kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Pada saat pelaksanaan, peserta diberi semua fasilitas yang telah disediakan. Pemateri menyampaikan bahan-bahan yang akan dicobakan/dipraktekkan sampai batas tertentu, selanjutnya peserta akan mencobakan berdasarkan materi yang telah diberikan. Setiap selesai satu sesi akan dilakukan sesi tanya jawab.

b. Personil Pelaksanaan Kegiatan
Personil kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) untuk Sosialisasi dan Pelatihan Inovasi Teknologi Informasi bagi UMKM di Kelurahan Klitren terdiri atas 2 orang dosen (Zaidir, ST., M.Cs dan Indra Listiawan, S.T, M.Cs) dan melibatkan 1 mahasiswa sebagai pendamping (Susanti Sri Utami).

4. PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan inovasi teknologi informasi bagi UMKM masih dalam suasana pemberlakuan PPKM untuk mencegah penyebaran Covid-19. Pelaksanaan kegiatan terpaksa mengalami penyesuaian dengan kondisi yang ada, berdasarkan kebijakan lingkungan yang menjadi sasaran kegiatan, sesuai dengan kondisi psikologi dari pelaku UMKM. Jumlah peserta juga harus dibatasi, tempat pelaksanaan kegiatan juga mengalami perubahan dan berpindah berdasarkan kesepakatan dengan peserta atau mitra. Jumlah jam kegiatan terpaksa harus dipangkas karena tidak boleh lama-lama berkumpul. Jumlah peserta maksimal 10 sampai 15 orang. Tempat pelaksanaan diatur sedemikian rupa yang bisa memenuhi prokes dan menyediakan alat pendukung prokes tersebut.

Beragamnya latar belakang peserta kegiatan abdimas ini, maka perlu suatu strategi untuk menyederhanakan pemahaman sehingga daya serap bisa lebih optimal. Suasana kegiatan harus selalu dijaga agar tercipta keakraban dan dalam kondisi menyenangkan.

a. Sosialisasi dan pembekalan
Sosialisasi dan pembekalan peserta dilaksanakan pada 2 (dua) pelaksanaan kegiatan agar peserta lebih paham dan mengerti pada saat pelaksanaan pelatihan yang penuh dengan alat dan tool bernuansa teknologi. Penyampaian dilakukan secara perlahan dan ditunjukkan dengan gambar atau tools berupa perangkat lunak atau perangkat keras. Proses pelaksanaan kegiatan abdimas saat sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 3 dan Gambar 4.

Gambar 3 Suasana Saat Kegiatan Abdimas Saat Sosialisasi

Gambar 4 Suasana Saat Kegiatan Abdimas Saat Sosialisasi

b. Panyajian Materi

Pada pelaksanaan abdimas untuk UMKM ini, materi dibagi menjadi dua bagian besar yaitu tahap sosialisasi dan tahap pelatihan. Sosialisasi bagian awal dan pengenalan kepada para peserta mengenai kegiatan abdimas agar dipahami dan bisa menyiapkan diri. Pelatihan merupakan materi inti yang harus dikuti oleh peserta dengan langsung mencobakan sesuai petunjuk atau pedoman yang telah disampaikan oleh tim pengabdi.

1) Sosialisasi konsep dan pemanfaatan teknologi bagi pertumbuhan usaha tahap 1
   Pada kegiatan ini dilakukan berupa sosialisasi kegiatan abdimas dan rangkuman materi, sosialisasi starategi UMKM menghadapi Covid-19 dan setelahnya. Penyajian dilakukan dengan cara presentasi di depan peserta dan setelah proses sosialisasi dilakukan dilakukan diskusi ringan.
2) Sosialisasi konsep dan pemanfaatan teknologi bagi pertumbuhan usaha tahap 2
   Pada kegiatan ini disampaikan manfaat teknologi bagi perkembangan bisnis dan UMKM, umpan balik peserta abdimas. Penyajian dilakukan dengan memberi contoh-contoh dan sekaligus memancing peserta untuk lebih interaktif terutama meminta tanggapan peserta terkait dampak pandemi covid-19 dan inisiatif untuk mengelola hambatan yang terjadi.
3) Pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis teknologi informasi
   Pada kegiatan diberikan materi mengenal aplikasi untuk penyusunan laporan keuangan dan mendemokan cara menggunakan Microsoft Excel untuk menyusun laporan keuangan. Laporan keuangan yang diberikan adalah berupa penyusunan arus kas harian, namun memanfaatkan rumus dan fungsi sehingga perhitungan dilakukan secara otomatis. Berdasarkan catatan kas harian, terbentuk laporan bulanan dan rekap tahunan untuk membantu dalam pengambilan keputusan terkait keuangan.
4) Pelatihan pembuatan web blog sebagai media pemasaran
   Pada kegiatan ini diberikan materi sekaligus demo mengenai pengantar umum tentang blog, membuat/menyiapkan email, langkah-langkah membuat blog, mengisi konten blog, mengatur/merubah tema blog, mengatur tata letak, membuka kembali blog untuk tindak lanjut. Peserta diarahkan untuk membuat isi/konten blog yang memiliki unsur marketing untuk usaha masing-masing.
5) Pelatihan pembuatan desain produk
   Pada kegiatan ini diberikan materi yang bersifat konsep mengenai desain produk sekaligus demo mengenai: desain produk, pengertian dan luang lingkupnya, desain produk dalam manajemen pemasaran, desain produk pada pengembangan bisnis, pemasaran produk dan merek, pengenalan *software-software* untuk desain produk, menggunakan Corel Draw dan Adobe Photoshop untuk desain produk.
6) Pelatihan pemanfaatan media sosial FB dan Instagram
   Pada kegiatan ini diberikan materi sekaligus demo mengenai pengenalan *Face Book* (FB) dan Instagram, strategi *Face Book* marketing dan strategi Instagram marketing, cara menggunakan *Face Book* untuk marketing bisnis, cara menggunakan Instagram untuk marketing bisnis.
7) Pelatihan pembuatan video pemasaran
   Pada kegiatan ini diberikan materi sekaligus demo mengenai strategi membuat konten marketing video, cara membuat video marketing.

Proses pelaksanaan kegiatan abdimas saat penyajian materi dapat dilihat pada Gambar 5 dan Gambar 6.

Gambar 5 Suasana Saat Kegiatan Abdimas Saat Penyajian Materi

Gambar 6 Suasana Saat Kegiatan Abdimas Saat Penyajian Materi

Saat kegiatan sosialisasi konsep dan manfaat teknologi bagi pertumbuhan usaha tahap-1 peserta kegiatan baru tahap adaptasi dan masih banyak menyimak atau sangat pasif. Saat kegiatan sosialisasi konsep dan manfaat teknologi bagi pertumbuhan usaha tahap-2, peserta sudah mulai memahami dan lebih dinamis sehingga suasana kegiatan lebih mencair dan transfer keilmuan lebih lancar. Saat kegiatan pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis teknologi informasi, penerimaan peserta cukup baik dan bisa mencoba dengan lebih leluasa karena aplikasi yang dipakai sudah familiar. Saat pelatihan pembuatan web blog sebagai media pemasaran, sebagian besar peserta bisa melakukan langkah-langkah pembuatan blog namun masih agak lama dalam proses pengelolaan kontennya. Saat pelatihan pembuatan desain produk, peserta masih kesulitan dalam pemahamannya dan butuh waktu yang agak lama dalam menghasilkan desain produk usaha masing-masing. Saat pelatihan pemanfaatan media sosial FB dan Instagram, peserta lebih mudah dalam penerimaan dan mencobakan karena telah memiliki perangkat *handphone*. Saat pelatihan pembuatan video pemasaran produk, peserta juga lebih bersemangat, namun hanya sekitar 60% yang dapat menghasilkan video yang sesuai harapan.

Saat dilakukan diskusi pada akhir kegiatan, sebagian besar peserta menyampaikan berbagai keinginan bahwa kegiatan abdimas terkait pelaku usaha UMKM di kelurahan Klitren Yogyakarta perlu dilakukan secara berkesinambungan dengan pertimbangan perubahan-perubahan yang cukup cepat dan sangat dinamis pasca pandemi covid-19. Evaluasi yang dilakukan tim juga memberi catatan bahwa mater-materi yang sifatnya teknis dengan penggunaan perangkat lunak bantu yang sedikit rumit kurang cepat diserap oleh peserta. Hal ini disebabkan karena waktu yang sangat terbatas dan alat pendukung yang juga minimalis.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pelaku UMKM harus melakukan inovasi dalam menghadapi masa pandemi Covid-19 dan masa setelahnya. Pemanfaatan teknologi informasi merupakan hal yang penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas usaha dan keberlanjutannya dalam menghadapi persaingan.

Pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi informasi bagi pelaku UMKM perlu dilakukan dengan lebih dalam lagi sehingga tingkat penguasaan para pelaku UMKM menjadi lebih baik. Proses desain produk dan video merupakan materi yang menjadi sangat diminati oleh peserta dan direkomendasi untuk dilakukan secara lebih rinci dan fokus.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan dana hibah internal tahun anggaran 2021 mengucapkan terima kasih kepada PPPM UNRIYO yang telah memfasilitasi pelaksananan pengabdian masyarakat. Selanjutnya kami juga mengucapakan terima kasih kepada Lurah Kelurahan Klitren Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan dukungannya. Kami juga mengucapkan terima kasi kepada seluruh pelaku usaha UMKM di Kelurahan Klitren yang telah berinteraksi dengan penuh semangat dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17-31.

Andriyanto, I. (2018). Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce. *Bisnis*, 87-100.

Astuti, K. R. (2019). Infrastruktur dan Teknologi Dorong Kemajuan UMKM. *Forum Manajemen*, 71-86.

Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) . *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 53-60.

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean . *Jurnal Manajemen Dewantara (JMD)*, 62-76.

Kosasi, S. (2017). Inovasi Teknologi Media Sosial: Keberhasilan Proses Adopsi Meningkatkan Kelincahan Organisasi. *Konferensi Nasional Sistem & Informatika*, 131-136.

Lubis, T. A., & Junaidi. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 163-174.

Nurcahya, H., & Majapahit, S. A. (2018). Kajian Penerapan Teknologi Informasi Pada UMKM Sebagai Upaya Memperluas Pasar Produk Lokal. *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 1365-1369.

Syastra, M. T., & Amrizal. (2019). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menjadi Inovatif dengan Menggunakan Teknologi Smartphone. *SNISTEK 2*, 139-144.

Tyas, W. P., Wahyono, H., Rakhmatulloh, A. R., Sariffuddin, & Hutama, J. K. (2020). Pemanfaatan Teknologi dan Internet untuk Pengembangan UMKM Berbasis Rumah Kerajinan Eceng Gondok di Klaster Klinting Ambarawa. *Jurnal Pasopati*, 136-141.

Yuwana, S. I. (2020). Coronanomics : Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review (JTEBR)*, 47-59.

Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan Daya Saing UMKM Indonesia: Tantangan dan Peluang Pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 15-34.