



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran  
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>  
Volume 6 Nomor 4, 2023  
P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 27/10/2023  
Reviewed : 20/11/2023  
Accepted : 25/11/2023  
Published : 27/11/2023

Efti Novita Sari<sup>1</sup>

## PENGARUH PELATIHAN PENDIDIKAN E-MARKETING TERHADAP KETERAMPILAN DIGITAL PELAKU UMKM DI KABUPATEN KAMPAR

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pelatihan pendidikan e-marketing terhadap peningkatan keterampilan digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kampar. Metode studi literatur digunakan untuk menganalisis literatur-literatur yang relevan dengan fokus pada konsep e-marketing, keterampilan digital, dan implementasi pelatihan di konteks UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan e-marketing memiliki dampak positif signifikan pada peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM, menciptakan landasan kuat untuk beradaptasi dengan dinamika bisnis digital. Rekomendasi mencakup pengembangan program pelatihan yang lebih terfokus dan kolaborasi aktif antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan sektor bisnis.

**Kata Kunci:** E-Marketing, Keterampilan Digital, UMKM, Pelatihan Pendidikan

### Abstract

This research aims to explore the impact of e-marketing education training on the enhancement of digital skills among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) operators in Kabupaten Kampar. The literature review method is employed to analyze relevant literature focusing on e-marketing concepts, digital skills, and the implementation of training in the context of MSMEs. The findings indicate that e-marketing training has a significant positive impact on improving the digital skills of MSME operators, establishing a robust foundation for adapting to digital business dynamics. Recommendations include the development of more focused training programs and active collaboration between local governments, educational institutions, and the business sector.

**Keywords:** E-Marketing, Digital Skills, Msmes, Education Training

### PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang penuh dengan dinamika, transformasi digital bukan sekadar sebuah keharusan, melainkan sebuah keniscayaan yang tak terhindarkan di berbagai ranah kehidupan, tak terkecuali dalam dunia bisnis yang menjadi salah satu bentuk ekspresi paling tangguh dari perubahan tersebut. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang tak bisa dipandang sebelah mata sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia, menghadapi tantangan yang serius di tengah arus revolusi digital yang melanda, khususnya di Kabupaten Kampar (Fahrussiam et al., 2023). Transformasi digital tak sekadar berdampak pada cara bisnis dijalankan; ia memaksa kita untuk menyaksikan pergeseran paradigma yang mendasar. Keberadaan online bukan lagi sekadar opsi, melainkan menjadi elemen kunci yang mengubah fundamental cara UMKM beroperasi. Bagaimana mereka menyusun strategi, berinteraksi dengan pelanggan, dan bahkan mengelola rantai pasokan menjadi terkait erat dengan sejauh mana mereka merangkul perubahan digital ini (Septiawati et al., 2022).

Tak hanya pada tingkat operasional, namun transformasi digital juga memainkan peran kritis dalam membentuk perilaku konsumen. Dengan konsumen yang semakin terhubung secara digital, UMKM harus mampu membaca sinyal-sinyal pasar, memahami tren, dan merespons dengan cepat untuk tetap relevan (Rifai & Meiliana, 2020). Ini bukan hanya tentang menciptakan keberadaan online, tetapi juga bagaimana mereka memanfaatkan data untuk menggali wawasan yang

---

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai  
email: [efti@universitaspahlawan.ac.id](mailto:efti@universitaspahlawan.ac.id)

mendalam tentang keinginan dan kebutuhan pelanggan. Tentu, perjalanan UMKM dalam mengadopsi transformasi digital tidaklah mudah. Ada tantangan yang harus diatasi, mulai dari keterbatasan sumber daya hingga ketidakpastian teknologi yang terus berkembang. Namun, pada saat yang sama, peluang yang terbuka lebar untuk pertumbuhan dan eksplorasi baru juga tak bisa diabaikan. Inovasi menjadi kunci, bukan hanya dalam produk dan layanan, tetapi juga dalam cara UMKM membangun hubungan dengan pelanggan dan menjalin kerja sama dengan mitra bisnis (Fahdia et al., 2022).

Dalam konteks Kabupaten Kampar, di mana UMKM memiliki peran sentral dalam perekonomian lokal, integrasi transformasi digital menjadi semacam ujian keberlanjutan (Febriani, 2021). Bagaimana mereka dapat menyelaraskan tradisi lokal dengan tuntutan global? Bagaimana teknologi dapat menjadi alat untuk meningkatkan daya saing tanpa mengorbankan nilai-nilai lokal yang melekat? Dengan demikian, mengadopsi transformasi digital bagi UMKM bukanlah sekadar langkah teknis, melainkan suatu perjalanan holistik yang melibatkan perubahan budaya, manajemen risiko, dan investasi strategis. Kabupaten Kampar, dengan kekayaan budaya dan potensi ekonomi, menjadi panggung di mana pertunjukan inovasi dan adaptasi harus dipentaskan agar UMKM dapat bersinar dalam konteks global yang terus berubah ini (Abbas et al., 2022).

Kabupaten Kampar, sebagai kawasan dengan potensi UMKM yang begitu besar, tengah menghadapi tantangan yang signifikan dalam menjaga daya saingnya di tengah gejolak pasar yang semakin terhubung secara digital. Dalam upaya untuk memberdayakan pelaku UMKM, perlu diakui bahwa pemberdayaan tersebut harus dimulai dari akar, yaitu peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital (SANGGARWATI, 2022). Dalam konteks ini, pelatihan pendidikan e-marketing muncul sebagai suatu alternatif strategis yang sangat relevan. Memahami bahwa pasar kini semakin beralih ke ranah digital, pelatihan ini tidak hanya membantu pelaku UMKM di Kabupaten Kampar untuk tetap relevan, tetapi juga memberikan landasan yang kuat agar mereka dapat meraih peluang-peluang yang lebih luas melalui platform elektronik, seperti e-marketing (Aisyah, 2020).

Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran online yang efektif, membangun kehadiran mereka di dunia maya, dan mengoptimalkan penggunaan platform-platform digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik pelanggan (Rahman et al., 2022). Selain itu, pelatihan ini juga bisa membekali mereka dengan pengetahuan tentang analisis data dan tren pasar, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih cerdas dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Namun, pemberdayaan digital tidak hanya sebatas pada keterampilan teknis semata. Penting juga untuk memahami aspek-aspek etika bisnis digital, keamanan cyber, dan perlindungan data. Dengan demikian, pelatihan pendidikan e-marketing tidak hanya memberikan alat praktis untuk bersaing di era digital, tetapi juga menciptakan landasan yang kokoh untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab (Yudowati & Handiatmoko, 2021).

Dalam upaya ini, kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku industri menjadi krusial. Mengadakan program pelatihan yang berkesinambungan dan terus menerus dapat menjadi investasi jangka panjang dalam meningkatkan kapasitas UMKM di Kabupaten Kampar. Dengan demikian, mereka tidak hanya akan bertahan dalam era digital ini, tetapi juga mampu tumbuh dan bersaing dengan lebih baik di pasar yang semakin kompleks dan dinamis. Namun, keberhasilan penerapan pelatihan pendidikan e-marketing ini masih memerlukan pemahaman lebih lanjut mengenai dampaknya terhadap keterampilan digital pelaku UMKM (Susanti, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mendalami secara lebih terperinci mengenai pengaruh pelatihan pendidikan e-marketing terhadap peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM di Kabupaten Kampar. Melalui pemahaman yang mendalam terkait hal ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya peningkatan daya saing UMKM di era digital, khususnya di Kabupaten Kampar. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi panduan bagi pemerintah, lembaga pendidikan, dan pihak terkait dalam merancang kebijakan yang mendukung perkembangan UMKM melalui pemanfaatan e-marketing dan keterampilan digital yang handal (Terttiaavini & Saputra, 2020).

## **METODE**

Penelitian ini akan menggunakan metode studi literatur untuk menyelidiki dampak pelatihan pendidikan e-marketing terhadap keterampilan digital pelaku UMKM di Kabupaten Kampar.

Metode studi literatur memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian tanpa melakukan pengumpulan data primer. Berikut adalah langkah-langkah yang akan diambil dalam penelitian ini menurut (Sugiyono, 2016):

1. Identifikasi Tema Utama: Peneliti akan memulai dengan mengidentifikasi tema utama penelitian, termasuk konsep dasar e-marketing, keterampilan digital, dan UMKM di Kabupaten Kampar.
2. Pemilihan Sumber Literatur: Sumber literatur yang relevan akan dipilih dari basis data ilmiah, jurnal, buku, dan publikasi terkait lainnya. Pemilihan sumber akan didasarkan pada kriteria inklusi yang sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Review Sistematis: Penelitian ini akan mengadopsi pendekatan review literatur sistematis untuk memastikan kelengkapan dan keakuratan informasi yang diperoleh. Review ini akan melibatkan pengumpulan data dari sumber-sumber literatur yang sudah terindeks dengan cermat.
4. Analisis Kritis: Setelah mengumpulkan literatur yang relevan, peneliti akan melakukan analisis kritis terhadap temuan dari sumber-sumber tersebut. Hal ini melibatkan identifikasi pola, perbedaan, dan kesamaan dalam konsep e-marketing, keterampilan digital, dan pelaku UMKM di Kabupaten Kampar.
5. Sinergi Konsep: Peneliti akan berusaha menyinergikan konsep-konsep yang diambil dari literatur untuk membentuk landasan teoritis yang kokoh. Sinergi ini mencakup pemahaman mendalam tentang bagaimana pelatihan pendidikan e-marketing dapat memengaruhi peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM.
6. Penyusunan Kesimpulan: Berdasarkan analisis literatur, penelitian akan menyusun kesimpulan mengenai sejauh mana pelatihan pendidikan e-marketing dapat memengaruhi keterampilan digital pelaku UMKM di Kabupaten Kampar. Kesimpulan ini akan didukung oleh temuan-temuan kunci yang ditemukan dalam literatur.
7. Rekomendasi dan Implikasi: Terakhir, penelitian ini akan memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut dan menguraikan implikasi praktis dari hasil temuan literatur terkait penerapan pelatihan pendidikan e-marketing di kalangan pelaku UMKM di Kabupaten Kampar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi literatur ini menyoroti dampak signifikan dari pelatihan pendidikan e-marketing terhadap keterampilan digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kampar (Septiawati et al., 2022). Analisis mendalam terhadap literatur-literatur yang relevan membuka wawasan baru mengenai bagaimana pelatihan ini menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing dan adaptasi UMKM di era digital. Dari hasil penelitian, tergambar jelas bahwa pelatihan pendidikan e-marketing bukan sekadar langkah tambahan, melainkan kebutuhan mendesak (Shodiq et al., 2019). Konsep dasar e-marketing, seperti pemasaran melalui media sosial, optimasi mesin pencari, dan penggunaan email sebagai strategi pemasaran, menjadi fokus utama. Literatur-literatur ini secara tegas menunjukkan bahwa pemahaman mendalam terhadap konsep-konsep ini adalah fondasi penting bagi pelaku UMKM dalam mengoptimalkan potensi pasar digital (Abbas et al., 2022).

Selanjutnya, keterampilan digital yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM juga teridentifikasi secara rinci melalui literatur-literatur tersebut. Pengelolaan situs web, analisis data online, dan kemampuan berkomunikasi efektif melalui platform digital dianggap sebagai keterampilan kritis yang harus dikuasai (Lindiawati, 2021). Dalam konteks ini, pelatihan e-marketing diakui sebagai sarana yang efektif untuk meningkatkan pemahaman dan penguasaan praktis terhadap keterampilan-keterampilan tersebut. Hasil penelitian ini memberikan pandangan positif bahwa pelatihan pendidikan e-marketing memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM di Kabupaten Kampar (Abbas et al., 2022). Lebih dari sekadar pemahaman konsep, pelatihan ini menciptakan pemahaman yang lebih mendalam dan penerapan praktis strategi pemasaran digital dalam aktivitas sehari-hari UMKM (Aisyah, 2020).

Integrasi konsep-konsep e-marketing dengan keterampilan digital melalui pelatihan pendidikan menghasilkan landasan teoritis yang kokoh. Dengan demikian, kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa investasi dalam pelatihan pendidikan e-marketing merupakan langkah strategis yang mampu memberikan dampak positif dalam peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM di Kabupaten Kampar (Wijaya et al., 2022). Sebagai rekomendasi, temuan penelitian ini

menyarankan perlunya pengembangan program pelatihan yang lebih terstruktur dan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelaku UMKM di wilayah tersebut. Rekomendasi ini diharapkan dapat memberikan arahan bagi pemerintah daerah, lembaga pelatihan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung perkembangan UMKM di tengah dinamika ekosistem bisnis yang semakin terdigitalisasi (Aisyah, 2020).

Melalui kajian literatur yang mendalam, penelitian ini berhasil menguraikan dampak esensial dari pelatihan pendidikan e-marketing terhadap keterampilan digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kampar (Yudowati & Handiatmoko, 2021). Analisis holistik ini memunculkan wawasan yang luas mengenai transformasi digital dalam konteks UMKM, menyoroti peranan sentral pelatihan e-marketing dalam mendukung pertumbuhan dan adaptasi. Pertama-tama, kajian literatur menggambarkan bahwa pelatihan pendidikan e-marketing tidak sekadar memberikan pengetahuan dasar tentang pemasaran digital, melainkan merambah konsep-konsep canggih seperti analisis data, strategi SEO, dan manajemen kampanye digital (Rahmad et al., 2022). Keseluruhan, pelatihan ini diakui sebagai katalisator penting untuk meningkatkan literasi digital dan membangun fondasi yang kokoh bagi pelaku UMKM untuk bersaing di ranah digital.

Dalam konteks keterampilan digital, literatur-literatur yang diteliti mengeksplorasi dimensi yang lebih mendalam. Bukti menunjukkan bahwa UMKM perlu tidak hanya memahami teknologi, tetapi juga memiliki keterampilan praktis dalam mengimplementasikannya (PANGESTU, 2023). Keterampilan seperti pengelolaan situs web yang efisien, analisis data yang mendalam, dan kemampuan berkomunikasi yang persuasif melalui media digital diakui sebagai komponen utama dalam menjawab tuntutan pasar yang semakin terhubung. Dalam kerangka ini, penelitian secara konsisten menyajikan temuan positif (Terttiaavini & Saputra, 2020). Pelatihan pendidikan e-marketing berhasil menciptakan perubahan yang signifikan dalam paradigma bisnis UMKM di Kabupaten Kampar. Bukan hanya sebatas pengenalan konsep-konsep baru, pelatihan ini berhasil mentransformasi pengetahuan menjadi keterampilan praktis yang dapat diaplikasikan secara langsung dalam operasional sehari-hari pelaku UMKM (Nasution et al., 2017).

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa investasi dalam pelatihan pendidikan e-marketing tidak hanya relevan tetapi juga kritis untuk mendukung perkembangan UMKM di era digital. Integrasi yang kuat antara konsep e-marketing dan keterampilan digital melalui pelatihan memberikan dasar teoritis yang tangguh dan praktis. Ini menjadi landasan untuk kemajuan bisnis UMKM, memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan peluang digital dengan lebih percaya diri. Rekomendasi penelitian ini melibatkan upaya bersama antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan pelaku industri untuk merancang program pelatihan yang lebih terstruktur, responsif terhadap kebutuhan lokal, dan berkelanjutan. Dengan demikian, diharapkan UMKM di Kabupaten Kampar dapat menjelajahi potensi penuhnya dalam ranah digital, memperluas jangkauan pasar, dan menjadikan transformasi digital sebagai kunci keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis mereka.

## **SIMPULAN**

Dengan merinci dampak pelatihan pendidikan e-marketing terhadap keterampilan digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kampar melalui metode studi literatur, penelitian ini menghasilkan simpulan-simpulan penting yang mencerminkan pemahaman mendalam terhadap dinamika hubungan antara pelatihan e-marketing dan perkembangan keterampilan digital UMKM.

1. Pelatihan E-Marketing sebagai Fondasi Utama: Pelatihan pendidikan e-marketing tidak hanya menjadi sarana pengenalan konsep-konsep baru tetapi juga menjadi fondasi utama bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kampar untuk memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif.
2. Peningkatan Literasi Digital dan Keterampilan Praktis: Pelatihan e-marketing berhasil meningkatkan literasi digital pelaku UMKM dan membentuk keterampilan praktis yang diperlukan dalam menghadapi tantangan bisnis yang semakin terdigitalisasi, termasuk pengelolaan situs web, analisis data, dan komunikasi melalui media digital.
3. Transformasi Paradigma Bisnis: Pelatihan ini memberikan bukti konkret tentang bagaimana UMKM dapat mengalami transformasi paradigma bisnis mereka. Dari menjadi pelaku

tradisional, UMKM dapat berubah menjadi entitas yang mampu mengoptimalkan peluang digital dan bersaing secara lebih efektif dalam pasar yang semakin terhubung.

4. Integrasi Konsep E-Marketing dan Keterampilan Digital: Hasil penelitian menegaskan bahwa integrasi konsep e-marketing dengan keterampilan digital melalui pelatihan menciptakan sinergi yang kuat. Ini bukan hanya memberikan pemahaman konseptual tetapi juga mampu menghasilkan aplikasi praktis yang dapat diterapkan dalam aktivitas sehari-hari UMKM.
5. Relevansi dan Urgensi Investasi dalam Pelatihan: Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa investasi dalam pelatihan pendidikan e-marketing bukanlah sekadar relevan tetapi juga mendesak untuk mendukung pertumbuhan dan kelangsungan UMKM di era digital. Pelatihan ini tidak hanya merespons perubahan lingkungan bisnis, tetapi juga mengakselerasi kemampuan UMKM untuk beradaptasi dan berkembang.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana pelatihan pendidikan e-marketing mampu memajukan keterampilan digital pelaku UMKM di Kabupaten Kampar. Rekomendasi berbasis temuan penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk merancang kebijakan dan program pelatihan yang lebih terfokus dan berkelanjutan demi mendukung kemajuan UMKM di era digital yang terus berkembang.

## SARAN

1. Pengembangan Program Pelatihan yang Lebih Spesifik: Dengan mempertimbangkan hasil penelitian ini, disarankan untuk mengembangkan program pelatihan e-marketing yang lebih spesifik dan sesuai dengan kebutuhan khusus UMKM di Kabupaten Kampar. Program ini dapat mencakup modul-modul yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran digital yang relevan dengan jenis usaha yang dominan di wilayah tersebut.
2. Kolaborasi antara Pemerintah Daerah dan Lembaga Pendidikan: Pemerintah daerah dapat berkolaborasi lebih aktif dengan lembaga-lembaga pendidikan dan pelatihan untuk merancang program yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan UMKM. Kemitraan ini dapat memastikan program pelatihan tetap relevan dan dapat mengakomodasi perubahan dinamika bisnis digital.
3. Pemberian Dukungan Keuangan dan Akses Teknologi: UMKM memerlukan dukungan finansial untuk mengikuti program pelatihan e-marketing. Oleh karena itu, pemerintah daerah dapat mempertimbangkan memberikan bantuan keuangan atau akses yang lebih mudah terhadap teknologi dan infrastruktur digital sebagai bagian dari inisiatif pengembangan UMKM.
4. Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan: Adanya mekanisme monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan terhadap efektivitas program pelatihan sangat penting. Pemerintah daerah dan lembaga terkait harus secara teratur mengevaluasi dampak pelatihan tersebut terhadap keterampilan digital dan perkembangan bisnis UMKM di Kabupaten Kampar.
5. Pengintegrasian Aspek Kewirausahaan Digital: Program pelatihan dapat diperkaya dengan menekankan aspek kewirausahaan digital. Ini mencakup pengenalan praktik-praktik inovatif, pengembangan model bisnis digital, dan strategi untuk memasuki pasar global. Hal ini dapat membantu UMKM tidak hanya beradaptasi dengan tren saat ini tetapi juga menjadi inovator dalam ranah digital.
6. Kampanye Kesadaran dan Partisipasi Aktif Pelaku UMKM: Pemerintah dan lembaga terkait dapat meluncurkan kampanye kesadaran untuk meningkatkan partisipasi aktif pelaku UMKM dalam program pelatihan. Edukasi mengenai manfaat jangka panjang dari peningkatan keterampilan digital dapat menjadi insentif tambahan untuk mendorong partisipasi.
7. Kolaborasi dengan Pihak Swasta dan Ekosistem Bisnis Digital: Melibatkan pihak swasta dan aktor dalam ekosistem bisnis digital sebagai mitra dapat memperkaya program pelatihan. Kerjasama dengan perusahaan teknologi dan ahli e-marketing dapat memberikan wawasan praktis yang lebih mendalam kepada UMKM.

Saran-saran ini diharapkan dapat membantu merancang dan melaksanakan program pelatihan e-marketing yang efektif dan berkelanjutan, sehingga mendukung kemajuan UMKM di Kabupaten Kampar dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Dalam penutup penelitian ini, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan yang berharga. Kepada lembaga-lembaga pendidikan dan pelatihan yang telah menyediakan literatur-literatur penting, kami mengucapkan terima kasih atas kontribusi berharga dalam mendukung landasan teoritis penelitian ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada semua pihak yang memberikan saran, masukan, dan dukungan moral selama proses penelitian. Semua kontribusi ini memiliki peran yang tak ternilai dalam menghasilkan temuan-temuan berharga. Semoga penelitian ini tidak hanya menjadi kontribusi ilmiah, tetapi juga dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Kampar. Terima kasih atas semua kerja sama dan dukungan yang telah diberikan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abbas, L., Anakampun, R. A., Ar, M. H. A., Richsan, A. A., Saragih, T. M. Y., Ardana, S., & Zulaykha, P. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk Berbasis Teknologi (E-Marketing) Guna Mengembangkan Umkm Di Kelurahan Tangkahan. *Modeling: Jurnal Program Studi Pgmi*, 9(4), 19–31.
- Aisyah, S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Umkm Serta Strategi E-Marketing Umkm Di Indonesia.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi Umkm Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39.
- Fahrussiam, F., Chaerani, N., Lestari, D., Shabrina, H., Prasetyo, A. R., & Ningsih, R. V. (2023). Pengaplikasian Metode Finishing Ramah Lingkungan Yakisugi Pada Umkm Pengolahan Kayu Desa Perina. *Jurnal Siar Ilmuwan Tani*, 4(1), 64–68.
- Febriani, R. (2021). Penyuluhan Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Keripik Ciping Desa Sukawana Curug Kota Serang. *Abdikarya: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 194–202.
- Lindiawati, I. (2021). Analisa Strategi E-Marketing Dinas Koperasi Ukm Kota Medan Terhadap Ukm Binaan Di Tengah Pandemi Covid-19 Tahun 2020.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Pembinaan Pengelolaan Manajemen Usaha Dan E-Marketing Pada Pelaku Usaha Industri Mikro Pengrajin Sepatu Di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 292–299.
- Pangestu, A. I. A. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Legalitas Usaha, Pendidikan, Lama Usaha, Kemasan Produk Dan E-Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Makanan Kering Di Kecamatan Tambak Kabupaten Banyumas. Universitas Jenderal Soedirman.
- Rahman, A., Yuniarti, P., Rini, R. S., & Taruna, H. I. (2022). Digital Marketing Untuk Keberlangsungan Usaha Ekonomi Kreatif Umkm Wanoja Binangkit Bogor. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 6(3).
- Rakhmad, A. A. N., Kurniawan, D. T., Parahiyanti, C. R., & Firmansyah, R. (2022). Pelatihan Branding Dan Strategi E-Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Produk Olahan Daun Kelor (*Moringa Oleifera*) Desa Wonorejo Kabupaten Malang. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 94–101.
- Rifai, Z., & Meiliana, D. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604–609.
- Sanggarwati, K. (2022). Pengaruh Pelatihan Dan Modal Usaha Terhadap Literasi Digital Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Klaster Batik Kota Semarang. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Septiawati, R., Sujaya, F. A., & Rachman, S. (2022). Sosialisasi Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Marketing Bagi Umkm Di Pondok Pesantren Yatim Piatu & Dhuafa Al Matsuroh Karawang. *Sinar Sang Surya: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 158–167.
- Shodiq, A. R. A. R., Priatna, W. B., & Kusnadi, N. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Pemanfaatan E-Marketing Tani Niaga Oleh Petani Kabupaten Grobogan. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*, 9(2), 107–122.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis

- Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat, 1(2), 36–50.
- Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2020). Analisa Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Produk Umkm Menggunakan Digital Marketing Bagi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (Kb) Layang-Layang Palembang. *Applicable Innovation Of Engineering And Science Research (Avoer)*, 697–703.
- Wijaya, I. G. B., Mahardika, I. M. N. O., Aryawati, N. P. A., Negara, I. S. K., & Yanti, N. N. S. A. (2022). Pengembangan Usaha Kerajinan Ingke Melalui Pelatihan Pemasaran Modern (E-Marketing) Dan Pembentukan Kelompok Usaha. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 125–130.
- Yudowati, R., & Handiatmoko, D. (2021). Pengaruh E-Marketing Dan E-Comerce Terhadap Pendapatan Usaha Umkm Di Tengah Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Kecamatan Duren Sawit) The Effect Of E-Marketing And E Commerce On Msme Business Revenue In The Middle Of The Covid-19 Pandemic (Case Study Of Duren Sawit District). *Jisamar (Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research)*, 5(4), 987–1005.