



Pembuatan Website Umkm Desa Gedangan Sebagai Media Informasi Dan Promosi Produk Desa

Muhammad Abidtha Khaidir Al Baihaqqi^{*1}, Chaterine Otavia Anggraeni², Himmatus Shufiyah³, Raihana Azahra Rusadi Putri⁴, Roziana Febrianita⁵

^{1,2,3,4,5}IUniversitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

e-mail: ^{*1}121036010013@student.upnjatim.ac.id,

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha kecil yang bisa dikelola oleh masyarakat sendiri. Biasanya pelaku UMKM beroperasi secara mandiri tanpa bergantung pada jaringan bisnis besar atau kelompok usaha yang lebih besar. Salah satu ciri yang menonjol dari UMKM adalah penggunaan teknologi yang sederhana dan masih banyak UMKM yang masih mengandalkan teknologi manual dalam proses penjualan mereka. Oleh sebab itu, pelaku usaha UMKM harus melakukan Tindakan yang kreatif agar dapat mempertahankan usahanya. Di era semakin majunya digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sangat penting untuk dipelajari. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk membuatkan *website* UMKM Desa Gedangan sebagai media informasi dan promosi produk desa. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan studi pustaka, survei, wawancara, perancangan *website*, pengujian, dan evaluasi. Dilanjutkan dengan adanya pembinaan dan pengelolaan *website* kepada perangkat desa. Dengan adanya program kerja pembuatan *website* ini dapat membantu UMKM Desa Gedangan semakin dikenal dan dapat bersaing di era digital.

Kata kunci— UMKM, *Website*, Desa Gedangan, Sentra Gedangan

Abstract

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) are small businesses that can be managed by the community themselves. Usually UMKM operate independently without relying on large business networks or larger business groups. One of the prominent characteristics of UMKM is the use of simple technology and many UMKM still rely on manual technology in their sales process. Therefore, UMKM players need to carry out creative behavior in order to maintain their business. In today's increasingly digital era, the use of information and communication technology is very important to learn. The aim of this community service is to create a Gedangan Village UMKM website as a medium for information and promotion of village products. This activity is carried out by conducting literature studies, surveys, interviews, website design, testing and evaluation. Followed by coaching and managing the website for village officials. This website creation work program can help Gedangan Village UMKM become better known and able to compete in the digital era.

Keywords— *UMKM, Website, Gedangan Village, Gedangan Center*

PENDAHULUAN

Di era semakin majunya era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sangat penting untuk dipelajari. Teknologi digital adalah sebuah teknologi informasi yang lebih mengutamakan kegiatan dilakukan secara *computer*/digital dibandingkan menggunakan tenaga manusia (Danuri, 2019). Teknologi digital tidak hanya mengubah cara kita

bekerja, tetapi juga mempengaruhi bagaimana kita berinteraksi, belajar, dan memahami dunia di sekitar kita.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha kecil yang bisa dikelola oleh masyarakat sendiri. UMKM adalah usaha yang dimiliki oleh seseorang yang sudah memenuhi kriteria usaha Mikro dalam UU No. 20 Tahun 2008. UMKM ini biasanya bisa berbentuk usaha untuk menyediakan suku cadang, bahan mentah, makanan, atau lainnya. Selain itu, bagi beberapa masyarakat adanya UMKM ini menjadi ujung tombak bagi usaha besar untuk menyalurkan hasil produknya kepada konsumen (Sarfiyah dkk, 2019). UMKM memiliki karakteristik yang unik. Biasanya pelaku UMKM beroperasi secara mandiri, tanpa bergantung pada jaringan bisnis besar atau kelompok usaha yang lebih besar. Salah satu ciri yang menonjol dari UMKM adalah penggunaan teknologi yang sederhana dan masih banyak UMKM yang masih mengandalkan teknologi manual dalam proses penjualan mereka (Muheramtohad, 2017). Oleh sebab itu, pelaku usaha UMKM harus melakukan Tindakan yang kreatif agar dapat mempertahankan usahanya (Noerchoidah et al., 2022).

Pembuatan *website* adalah salah satu contoh digitalisasi yang umum terjadi. Cepatnya perkembangan teknologi yang terjadi pada masa ini juga menjadikan internet ini adalah sumber informasi utama yang diminati oleh masyarakat (Josi, 2017). Saat ini, teknologi internet semakin dimanfaatkan secara baik untuk mempermudah pencarian informasi, *website* adalah salah satu sumber informasi yang mudah dicari oleh masyarakat (Josi, 2016). Selain *website* yang digunakan untuk mempromosikan informasi tentang UMKM Desa Gedangan, *website* ini juga bisa digunakan masyarakat untuk mencari pelatihan UMKM bahkan mendapat informasi apa saja yang ada di dalam Desa Gedangan ini dan keunggulan dari desa ini. Tetapi untuk pembuatan *website* ini tentu saja memakan waktu yang lumayan banyak untuk mencari data-data UMKM dan beberapa masyarakat ini masih kurang mengerti tentang teknologi informasi.

Desa Gedangan, yang terletak di Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang, menawarkan keindahan alam dan keasrian yang telah terjadi sejak lama. Desa selain dikenal karena keindahan alamnya, tetapi juga karena sejarah dan warisan leluhur yang kuat sejak abad ke-19. Desa Gedangan sendiri memiliki beberapa UMKM unggulannya seperti genteng, bata merah, aluminium, dan pertanian. Fokus UMKM dalam desa ini adalah sebagai distribusi bahan-bahan untuk keperluan bangunan rumah dan lain-lain. Untuk mengoptimalkan UMKM ini dibutuhkan sebuah *website* dengan tema informasi UMKM desa sangat diperlukan. Hal tersebut dikarenakan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi UMKM yang ada di desa gedangan dan adanya *website* memudahkan untuk dipantau oleh perangkat desa di desa Gedangan. Dengan adanya *website* ini, UMKM Desa Gedangan bisa menetapkan harganya dengan lebih efisien, bisa membantu mengurangi angka kemiskinan di di desanya, serta bisa mendorong kewirausahaan (Widiawati et al., 2021).

Untuk mempromosikan UMKM lebih luas membutuhkan digitalisasi dengan *website*. Tetapi perkembangan teknologi khususnya di daerah pedesaan belum merata ke masyarakat. Banyak masyarakat yang masih menjual UMKM secara manual. Masih banyak UMKM khususnya di Desa Gedangan belum bisa mengoptimalkan teknologi informasi untuk persaingan lebih luas dikarenakan minimnya akses dan penggunaan teknologi informasi (Hamdani, 2020). Selain itu, tantangan masyarakat Desa Gedangan bermata pencaharian yang berhubungan dengan kegiatan fisik seperti bertani, membuat genteng, dan lainnya. Hal ini membuat digitalisasi sedikit terhambat karena masyarakat sudah terbiasa menjual jasa atau barang secara *offline*. Untuk menjangkau masyarakat yang luas dibutuhkan sebuah *website* untuk memperkenalkan UMKM yang ada di Desa Gedangan untuk memasarkan produk mereka lebih luas. Tetapi masih banyak juga masyarakat atau UMKM yang belum membuat atau memanfaatkan *website* untuk media pemasaran produk karena adanya keterbatasan pengetahuan dan SDM dalam membuat *website* (Wahana Komputer, 2013).

Adanya kegiatan KKN ini ditunjukkan untuk membantu dalam pembuatan *website* UMKM Desa Gedangan agar bisa memudahkan pelaku UMKM mempromosikan produknya. *Website* ini bisa digunakan untuk media promosi UMKM supaya lebih efektif dan efisien karena bisa menjangkau calon konsumen dari berbagai daerah dan waktu yang bisa dikatakan fleksibel

(Giap et al., 2020). Desa Gedangan sendiri sudah memiliki UMKM jasa dan adanya *website* ini adalah untuk mencari potensi UMKM dan bisa mengembangkannya lebih banyak UMKM selain jasa yang sudah ada di Desa Gedangan. Mengembangkan potensi UMKM sekitar juga bisa meningkatkan perekonomian Desa Gedangan untuk lebih baik.

Pembuatan *website* ini diharapkan dapat menjadi sarana yang efektif untuk mendukung dan mempromosikan produk serta jasa yang ada di Desa Gedangan. Melalui *website* ini, para pelaku UMKM di desa tidak hanya memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat yang lebih luas, tetapi juga membangun koneksi dan kepercayaan yang lebih kuat dengan pelanggan melalui *website* ini.

Website ini juga memberikan peluang bagi para pelaku UMKM di Desa Gedangan untuk memanfaatkan teknologi digital. Adanya *website* ini bukan sekadar untuk promosi jasa mereka, tetapi juga menjadi jembatan yang menghubungkan Desa Gedangan dengan masyarakat lebih luas dan bisa membantu usaha-usaha kecil berkembang yang ada di Desa Gedangan.

METODE PELAKSANAAN

2.1 Waktu dan tempat kajian

Lokasi pengabdian dilaksanakan di Desa Gedangan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang. Adapun waktunya terhitung dari 24 Juli - 7 Agustus 2024. Sasaran dari penelitian ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dalam skala rumahan yang ada di Desa Gedangan yang menjadi produk unggulan seperti usaha batu bata, genteng, cobek, alumunium, dan pertanian yang Objek kajian ini bertujuan menemukan masalah yang dihadapi, kemudian menganalisisnya secara mendalam. Solusi yang ditemukan diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi para pelaku UMKM, serta berkontribusi pada kemajuan desa dan masyarakat secara keseluruhan. Pembuatan *website* dianggap sebagai alat yang efektif untuk mencapai tujuan ini, baik dalam hal penyampaian informasi maupun promosi usaha.

2.2 Analisis dan pengumpulan data

Tahap ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang diperlukan, kemudian mengolahnya untuk mendapatkan informasi yang berharga. Data yang sudah diolah akan menjadi dasar analisis lebih lanjut. Metode pengumpulan data yang akan diterapkan adalah:

2.2.1 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik maupun masalah yang menjadi objek penelitian. Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh informasi serta data-data yang bersumber dari buku elektronik, jurnal, dokumen elektronik, hasil penelitian sejenis, dan *website* desa atau *website* portal berita terpercaya.

2.2.2 Survei

Kegiatan survei bertujuan mengumpulkan data yang dapat dijadikan dasar analisis bagi berbagai entitas, baik perusahaan, organisasi, maupun instansi. Hasil survei memberikan gambaran yang mendalam mengenai suatu fenomena, baik dalam hal frekuensi kejadian, distribusi data, maupun hubungan antar variabel. Survei yang dilakukan adalah survei lokasi UMKM yang ada di Desa Gedangan yang kemudian akan diambil sampel usaha yang mewakili serta mengambil gambar hasil produksi sebagai foto produk.

2.2.3 Wawancara

Wawancara yang dilakukan adalah dengan Kepala Desa Gedangan dan Kasi Pelayanan desa untuk mengetahui usaha apa saja yang ada di Desa Gedangan. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai jumlah UMKM dan menentukan siapa saja yang harus diwawancarai selanjutnya sebagai perwakilan untuk per-dusun. Selanjutnya wawancara dilakukan kepada pelaku usaha di tiap dusun. Hal ini

dilakukan untuk mendapatkan data lebih yang nantinya akan dimuat sebagai artikel berita di dalam *website* yang dibuat.

2.3 Perancangan website

Tahapan ini bertujuan untuk membuat dan mengelola *website* sebagai sarana informasi dan promosi UMKM Desa Gedangan. Pembuatan *website* menggunakan *open source Content Management System* (CMS) berupa WordPress. *Platform* ini tidak memerlukan biaya apapun, sehingga memudahkan untuk memakainya.

2.4 Pengujian website

Tahapan ini ditujukan untuk melakukan pengujian fungsi terhadap *website* UMKM yang telah dibuat sebelumnya menggunakan *platform* WordPress. Pengujian dilakukan dengan menguji tampilan UI (*front-end*) dan fungsi-fungsi (*back end*) di dalam tampilannya sehingga dapat diketahui apakah terdapat *bugs* (error) atau tidak.

2.5 Evaluasi

Tahapan ini dilakukan sebagai penentuan apakah *website* UMKM Desa Gedangan layak digunakan atau masih diperlukan adanya perbaikan. Tahapan ini sebagai evaluasi dari penilaian dan hasil pengujian *website* UMKM yang telah dibangun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan program kerja pembuatan *website* sentragedangan.wordpress.com sebagai media untuk informasi dan promosi UMKM di Desa Gedangan telah dilaksanakan dengan sukses. Tujuan dari pembuatan *website* sentragedangan.wordpress.com ini adalah sebagai penghubung Desa Gedangan dengan masyarakat lebih luas dan bisa membantu usaha-usaha kecil berkembang yang ada di Desa Gedangan. Selain itu sebagai pengembangan dan perluasan jangkauan informasi UMKM Desa Gedangan kepada khalayak luas.

3.1 Hasil penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Kepala Desa dan Kasi Pelayanan Desa Gedangan, beliau menyatakan bahwasannya banyak sekali produk-produk rumahan yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Gedangan. Namun sayangnya sebagian besar pelaku usaha tidak mempromosikan usahanya secara digital, sehingga jangkauan penjualannya hanya sekitaran desa/kabupaten saja. Dalam wawancara yang dilakukan bersama dengan Kasi Pelayanan, beliau memberikan daftar UMKM di tiap dusun yang ada di Desa Gedangan meliputi Dusun Rejosari, Dusun Mojogeneng, dan Dusun Gedangan. Daftar UMKM yang diberikan meliputi usaha batu bata, usaha genteng, usaha aluminium, usaha cobek, dan sektor pertanian. Data-data yang diberikan Kasi Pelayanan berupa nama-nama pelaku usaha yang akan diwawancarai sebagai perwakilan untuk pembuatan artikel yang akan dimasukkan kedalam *website*.

Setelah mendapatkan data-data yang diperlukan untuk keperluan survei dan wawancara kepada pelaku UMKM, selanjutnya adalah melakukan wawancara dan foto produk. Wawancara diperlukan untuk memperoleh data faktual yang nantinya akan dimuat dalam bentuk tulisan. Hasil wawancara yang dilakukan kepada pelaku UMKM di tiap dusun adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Wawancara dengan Pelaku UMKM Desa Gedangan

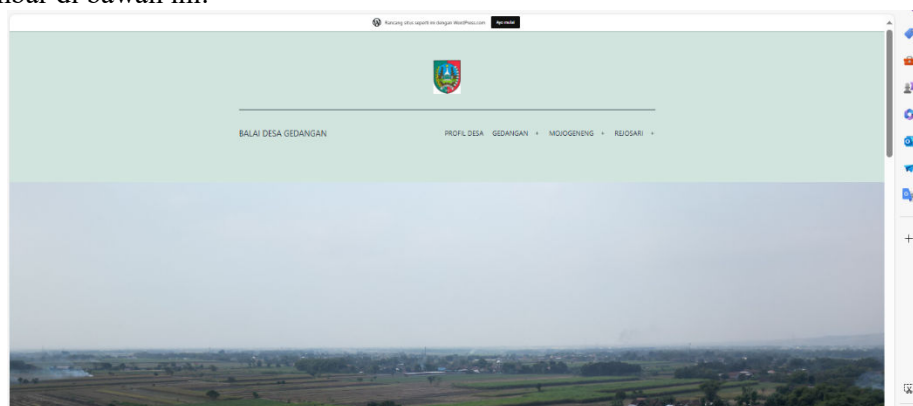
Nama pelaku UMKM	Jenis Usaha	Dusun	Hasil Wawancara
Pak	Genteng	Rejosari	1. Memproduksi genteng jenis kodok

Kaswandi			- dan genteng morando/mantili 2. Metode pembuatan dilakukan dengan manual 3. Dengan harga berkisar Rp.1000 hingga Rp 1400 per biji.
Pak Nuril Huda	Batu Bata	Rejosari	1. Tidak memiliki merk resmi 2. Dijual di makelar dan pembeli langsung khususnya dari Mojokerto 3. Omset kotor sekitar 12-13 juta per produksi 4. Produksi mencapai 1000 bata per bulan
Pak Kadus	Pertanian	Rejosari	1. Rentang panen selama 3 bulan dengan mendapat 3 kwintal dalam sekali panen 2. Omset kotor sekitar 6,7 juta per panen dengan harga Rp 410.000/kw
Pak Ali	Aluminium	Rejosari	1. Usaha mengolah bahan baku dari aluminium menjadi produk seperti rak piring, lemari, kusen, etalase, jemuran, dan barang perabotan lainnya 2. Bekerja sendiri untuk mendesain dan membuat mebelnya 3. Belum melakukan penjualan secara <i>online</i> karena keterbatasan waktu
Nur Kamilah	Genteng	Gedangan	1. Memiliki nama merk Genteng Luwes 2. Memproduksi genteng mantili dan genteng karangpilang 3. Kapasitas produksi 500 pcs/hari 4. Penjualan masih belum dilakukan secara <i>online</i>
Kamik	Batu Bata	Gedangan	1. Beroperasi turun temurun selama 33 tahun 2. Harga Rp 500/biji 3. Masih menggunakan metode tradisional dalam pembuatan dan penjualan
H. Ngaleman	Pertanian	Gedangan	1. Bertani sejak 1991 2. Komoditas utama yang ditanam meliputi palawija, jagung, kacang-kacangan, umbi-umbian 3. Hasil produksi rata-rata menghasilkan 8-9 kwintal
H. Manan	Genteng	Mojogeneng	1. Berdiri sejak lama dan turun

			temurun 2. Metode yang digunakan masih manual 3. Dibutuhkan waktu 3-4 hari dari pra produksi hingga pasca produksi
Supandi	Bata Merah	Mojogeneng	1. Berjalan kurang dari 10 tahun 2. Memproduksi 1000 batu bata merah dalam satu hari dengan omset sebesar 5 juta/setor 3. Proses pembuatan masih menggunakan metode tradisional
Pak Ismail	Cobek	Mojogeneng	1. Berjalan kurang dari 5 tahun 2. Sudah memiliki nama usaha di Google Maps namun tidak dijual secara online 3. Menghasilkan 2.000 - 2.500 pcs per hari 4. Harga bervariasi mulai dari Rp 2000 - Rp 8000 per pcs
Mustain	Pertanian	Mojogeneng	1. Memiliki sawah yang luas dan subur karena memiliki perairan yang lancar 2. Panen dilakukan setiap 3 bulan sekali dengan harga sekitar Rp 4.000 - Rp 5000/kg 3. Penjualan hanya dilakukan di makelar

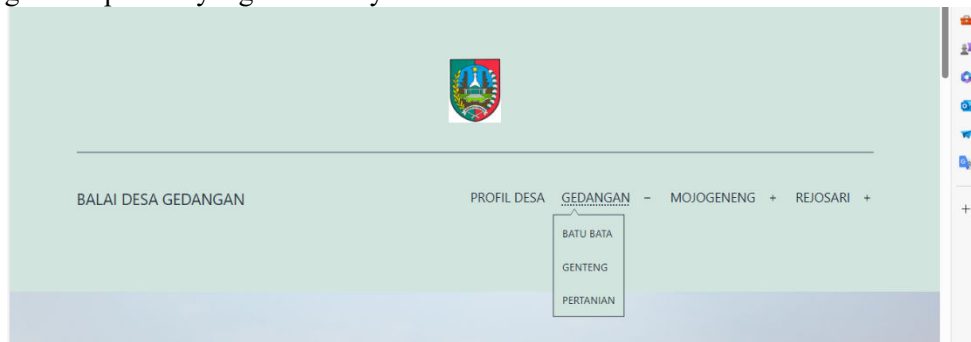
3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dan survei yang dilakukan terhadap beberapa pelaku UMKM di tiap dusun yang ada di Desa Gedangan. *Website* sentragedangan.wordpress.com Desa Gedangan dapat memuat informasi yang disusun secara rapi dengan menampilkan artikel mengenai produk-produk UMKM Desa Gedangan. Sehingga penyampaian informasi dan promosi dapat tersebar luas kepada masyarakat desa dan di luar Desa Gedangan. Adapun tampilan utama *website* sentragedangan.wordpress.com kepada pengguna internet dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Tampilan Beranda sentragedangan.wordpress.com

Pada tampilan beranda (*home page*) *website* sentragedangan.wordpress.com pada gambar 1 merupakan halaman awal ketika membuka *website* yang menampilkan menu berupa nama dusun yang ada di Desa Gedangan. Di Dalam menu tersebut berisi daftar UMKM di tiap dusun. Dalam beranda tersebut memuat *landscape* Desa Gedangan yang juga dibawahnya memuat profil Desa Gedangan. Sehingga kepada pembaca akan lebih mengenal mengenai Desa Gedangan dan potensi yang didalamnya.



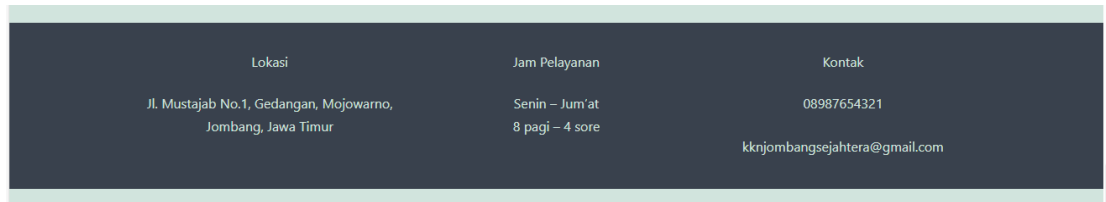
Gambar 2. Tampilan Menu sentragedangan.wordpress.com

Pada gambar 2 merupakan menu (*home page*) yang ada pada *website* sentragedangan.wordpress.com. Menu yang ditampilkan berupa Dusun Gedangan, Dusun Mojogeneng, dan Dusun Rejosari. Didalam tiap dusun juga memiliki *sub-menu* yang berupa produk UMKM tiap dusun. Dusun Gedangan memiliki *sub-menu* Batu Bata, Genteng, dan Pertanian. Dusun Mojogeneng memiliki *sub-menu* Batu Bata, Genteng, Cobek, dan Pertanian. Dusun Rejosari memiliki *sub-menu* Batu Bata, Genteng, Alumunium, dan Pertanian.



Gambar 3. Tampilan Artikel UMKM dan Foto Produk

Pada gambar 3 merupakan tampilan produk UMKM yang dimuat dalam bentuk artikel dan berisi foto produk melalui *website* sentragedangan.wordpress.com. Tata letak (*layout*) halaman ini diterapkan pada semua *sub-menu* di tiap desa dengan memuat informasi yang sama mulai dari deskripsi terkait produk yang dipromosikan, pelaku UMKM yang menjual produk tersebut, nama merk UMKM apabila ada, sejarah singkat, harga barang yang dijual, dan lokasi penjual UMKM tersebut. Informasi tersebut dimuat secara ringkas dengan tujuan agar pembaca tidak bosan untuk membaca. Foto juga ditampilkan dengan tujuan agar pembaca bisa melihat produk-produk yang dihasilkan secara nyata, mulai dari proses pembuatan hingga produk jadi.



Gambar 4. Footer *Website* sentragedangan.wordpress.com

Pada gambar 4 merupakan tampilan bagian *footer* yang ada pada *website* sentragedangan.wordpress.com. Bagian ini berisikan informasi mengenai lokasi Desa Gedangan, jam pelayanan, dan kontak yang bisa dihubungi. Tujuannya adalah apabila ada yang tertarik untuk membeli produk UMKM Desa Gedangan bisa langsung menghubungi kontak yang tertera atau mendatangi lokasi yang sudah disediakan.

Setelah pembuatan *website* sentragedangan.wordpress.com, kemudian dilakukan pembinaan dan pembekalan terhadap perangkat desa terkait pengelolaan *website* tersebut. Dengan diberikan pembinaan dan pembekalan dimaksudkan untuk membantu pengelolaan *website* agar dapat semakin berkembang kedepannya untuk promosi produk dapat menjangkau wilayah yang lebih luas sehingga mampu memperluas pangsa pasar. Fungsi dari *website* sentragedangan.wordpress.com yaitu menjadi wadah bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya dan bagi Desa Gedangan adalah sebagai wadah informasi produk-produk UMKM yang dihasilkan. Dengan adanya *website* ini diharapkan menjadi wadah dunia bisa melihat bahwa di Desa Gedangan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang memiliki produk UMKM yang bervariasi dan dapat bersaing di era digital sehingga menjadi usaha dengan skala ekonomi yang lebih tinggi kemudian hari. Pembuatan *website* ini juga mendukung penelitian bahwa Oleh sebab itu, pelaku usaha UMKM harus melakukan Tindakan yang kreatif agar dapat mempertahankan usahanya (Noerchoidah et al., 2022).

KESIMPULAN

Kebanyakan pelaku UMKM di Desa Gedangan tidak memasarkan produk mereka secara *online* sehingga penjualan hanya dilakukan di makelar atau kepada daerah terdekat saja. Adanya pemanfaatan media *website* sentragedangan.wordpress.com diharapkan menjadi solusi dari permasalahan UMKM yang ada di Desa Gedangan. Karena dengan pemanfaatan *website* sentragedangan.wordpress.com ini bertujuan sebagai media informasi serta promosi untuk UMKM Desa Gedangan Masalah informasi yang tidak valid bisa diminimalisir di era digital ini. Dengan adanya artikel dan foto produk langsung dari UMKM, kita punya sumber informasi yang lebih kredibel, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang keliru.

SARAN

Informasi mengenai produk UMKM yang dihasilkan oleh Desa Gedangan sangat minim, bahkan penjualannya masih dilakukan secara tradisional tanpa dibantu oleh teknologi sekalipun. Sehingga tidak jarang masyarakat lain sulit untuk menemukan informasi tersebut. Akibatnya penjualan hanya dilakukan oleh makelar saja atau kepada desa dan kota terdekat. Padahal, produk-produk yang dihasilkan memiliki potensi yang besar untuk ditingkatkan. Oleh karena itu, disarankan dilakukan pengelolaan *website* berkelanjutan bagi perangkat desa sebagai wadah informasi dan promosi UMKM Desa Gedangan. Dengan hal tersebut, UMKM Desa Gedangan dapat berperan langsung dalam membantu pemerintah pada sektor ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Infokam*, XV(II), 116–123.
- Giap, Y. C., Riki, R., Kurnaedi, D., Nursanty, E., Simarmata, J., & Ardila, Y. (2020). Cloud Computing Teori dan Implementasi. Yayasan Kita Menulis.
- Hamdani. (2020). Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Lebih Dekat (Fungky, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Josi, A. (2016). Implementasi Framework Bootstrap pada WebsiteSTMIK Prabumulih, Jurnal Manajemen dan Informatika Komputer Pelita Nusantara, 20(2)
- .Josi, A. (2017). Penerapan Metode Prototyping Dalam Pembangunan WebsiteDesa (Studi Kasus Desa Sugihan Kecamatan Rambang). Jurnal Teknologi Informasi Mura, 9(1). <https://doi.org/10.32767/jti.v9i1.108>
- Muheramtohad, S. (2017). Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam PemberdayaanUMKM di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 65-77.
- Noerchoidah, Nurdina, dan Aripabowo, T. (2022). Penguatan Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk sebagai Penentu Kinerja UKM. Buletin Bisnis & Manajemen, 08(01), 113–124.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangunekonomi bangsa. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), 4(2), 137-146
- Wahana Komputer. (2013). UKM Go Online With Google (1st ed., Vol. 1). Elex Media Komputindo.
- Widiawati, C., Kusumaningtyas, D., & Suliswaningsih. (2021). Pendampingan Usaha Rumahan Menjadi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Society : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.37802/society.v2i1.149>