



JURNAL PENGABDIAN TERATAI

Vol. 3, No. 1, Juni 2022, pp.61-69

PELATIHAN E-COMMERCE SEBAGAI UPAYA PEMBEKALAN KETERAMPILAN WIRAUUSAHA DAN PENGUATAN UMKM BAGI MASYARAKAT JAGAKARSA, JAKARTA

AUTHOR

1)Ahmad Nurdin Hasibuan, 2)Rudi Laksono, 3)Reny Ardiyanty,
4)Helenina Aprilia

ABSTRAK

Pelaksanaan pelatihan e-commerce ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat dari Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 dalam memberikan masukan kepada masyarakat luas khususnya para pengusaha UMKM di Jagakarsa Jakarta Selatan. Pelaksanaan pelatihan telah selesai dengan hasil yang baik, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya peserta yang telah memahami bahwa e-commerce merupakan konsep yang semakin menarik bagi UMKM dan konsumen serta masyarakat yang tetap eksis dalam berbisnis dan berbelanja selama pandemi ini. Alasan mengapa konsep ini sangat penting untuk diterapkan oleh UMKM adalah alasan sederhana yang sudah dikenal sejak lama, yaitu perubahan perilaku konsumen dan keterbatasan sumber daya. Dari sudut pandang pemasar sendiri, keterbatasan sumber daya membuat UMKM mencari cara baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep e-commerce merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan oleh pemasar dalam melakukan aktivitas jual beli dengan memanfaatkan teknologi.

Kata Kunci

E-Commerce, UMKM, Keahlian Wirausaha

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

1)-4)Manajemen, Fakultas Ekonomi
1)-4)Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957
1)-4)Jl. M. Kahfi II No. 33, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

KORESPONDENSI

Author
Email

Ahmad Nurdin Hasibuan
nurdin_hsb@yahoo.com

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Infection Corona lebih dikenal Covid-19 saat ini menjadi pembicaraan di kalangan semua sektor kegiatan. Coronavirus merupakan salah satu penyakit menular penyebabnya Covid bermula dari Cina. *Infection* ini lebih banyak menyerang orang tua lansia, namun *infection* ini juga dapat menyerang setiap manusia, semua kalangan usia. Covid Disease 2019 (COVID-19) muncul pertama kali di kota Wuhan, China akhir bulan Desember 2019. Penularan yang sangat cepat menyebar ke semua negara di dunia, termasuk Indonesia. Maka Indonesia menerapkan kebijakan *lockdown* melalui Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam upaya menekan penyebarannya, sehingga semua kegiatan banyak melalui *Work From Home* (WFH) hingga pandemi ini hilang dari Indonesia, tentunya berdampak pada usaha masyarakat terutama UMKM.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan penyangga perekonomian Indonesia saat ini. Hal ini ditunjukkan dengan donasi sektor UMKM dalam PDB (Produk Domestik Bruto) tahun 2011 yang mencapai 57 %. Dengan jumlah unit usaha yang mencapai 55 juta unit dalam tahun 2011, sektor UMKM bisa menyediakan lapangan kerja bagi 101 juta orang atau lebih kurang 99 % berdasarkan seluruh angkatan kerja Indonesia. UMKM sudah menjadi penopang laju pertumbuhan ekonomi, penggerak sektor riil & penyerap energi kerja yang cukup signifikan melalui pengembangan kewirausahaan.

UMKM juga terbukti paling handal dalam menghadapi krisis moneter. Sebagian besar UMKM sanggup bertahan pada krisis ekonomi diantaranya lantaran penggunaan bahan baku, tenaga kerja dan orientasi pasar yang bersifat lokal. Pelaku UMKM semakin bertambah jumlahnya disaat pandemi saat ini. Beberapa faktor menjadi penyebab peningkatan jumlah yang terlibat atau pelaku UMKM antara lain:

- 1) Pada biasanya produk UMKM merupakan barang konsumsi menggunakan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah sebagai akibatnya perubahan taraf pendapatan impak krisis ekonomi tidak banyak berpengaruh terhadap konsumsi barang yang didapatkan.
- 2) Secara umum UMKM jarang menggunakan kredit modular bank dengan harapan saat krisis ekonomi agar terhindar beban bunga yang tinggi sebagai akibat peningkatan dari suku bunga kredit bank.
- 3) Minimnya hambatan untuk berprofesi dalam industri yang digeluti oleh UMKM maka semua masyarakat bisa terlibat sebagai pelaku UMKM.
- 4) Dampak pemutusan hubungan kerja banyaknya yang menjadi tenaga pengangguran dari sektor formal selanjutnya memulai usaha baru maupun bergabung di UMKM. (Pratomo (2004) seperti dikutip di www.pajak.go.id).

Walaupun jumlah pelaku usaha UMKM sudah cukup banyak serta memberikan kontribusi besar untuk perekonomian nasional, tetapi sebagian besar dari UMKM masih mengalami kesulitan untuk mengembangkan usahanya. Dilihat secara umum, persoalan-persoalan yang dihadapi para UMKM salah satunya akses permodalan, akses pemasaran, akses manajemen usaha, aspek hukum, aspek perpajakan dan pemanfaatan internet. (Nurdin, Rambey and Andriyanthy, 2020)

Banyak pelaku UMKM dalam mengelola usahanya belum memiliki dasar keterampilan dan pengetahuan mengenai strategi penjualan melalui online yang baik. Berbagai usaha dijalankan mengandalkan insting/ ramalan serta pengalaman saja. Sehingga berdasarkan ini diperlukan manajemen usaha antara lain perencanaan usaha, melakukan pengorganisasian, melakukan implementasi, serta pengendalian usaha masih jarang diperhatikan, seharusnya hal-hal tersebut penting untuk membangun serta mengembangkan usaha.

Masyarakat Jagakarsa para pengusaha UMKM masuk kategori golongan usia yang produktif memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak dalam perekonomian Indonesia.



Adanya suatu semangat berwirausaha didukung pengetahuan serta ketrampilan maka diharapkan mampu memberikan bekal untuk memulai mengembangkan usaha.

Masyarakat Jagakarsa ini memiliki berbagai tingkat sosial dan ekonomi. Di antara masyarakat ada yang masih kuliah sambil buka usaha, ada yang sudah bekerja namun tetap membuka usaha, dan ada juga memiliki usaha kecil, misalnya kerajinan, batik, peternakan, serta lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa adanya potensi untuk menjadi wirausaha serta pengembangan UMKM terbuka sangat lebar. Meskipun demikian, masyarakat yang tergabung UMKM masih ada yang belum berkembang dengan ideal, hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha dan *e-commerce*. Hal ini disebabkan masih banyaknya kelemahan dalam hal pengelolaan usaha maupun penguasaan teknologi dalam meningkatkan penjualan. Apalagi bila dikaitkan dalam aktivitasnya masih kurang memperhatikan suatu pembinaan dalam kemandirian ekonomi. Dalam aktivitasnya membutuhkan saluran pemasaran yang berbasis internet. (Nurdin and Rambe, 2020)

Perkembangan teknologi informasi dalam hal ini internet saat ini sangat pesat. Internet mendesak penggunaannya untuk mengubah kebiasaan lama masyarakat menuju arah inovatif. Seluruh Internet dan teknologi digital benar-benar mengubah cara manusia memberikan pendidikan formal dan informal, berinteraksi dengan masyarakat, melakukan proses belajar mengajar, dan berbagai hal lainnya dalam pekerjaan dan aktivitas sehari-hari. Internet memberikan penggunaannya berbagai kesempatan untuk belajar, melakukan pertukaran pengetahuan, serta pengembangan ke arah lebih baik. Internet mampu membawa berbagai perubahan bagi masyarakat. (Haythornhwaite, 2010)

Seperti dilansir dari hasil penelitian Ekasari dan Dharmawan, di Indonesia penggunaan internet juga telah merambah seluruh nusantara Indonesia. Menurut hasil survei dari Lembaga Riset Pasar Internasional yang diprakarsai oleh situs web Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, bahwa pengguna internet mencapai 143,26 juta di Indonesia setara dengan 54,68% pengguna internet. Jumlah penduduk. Dari jumlah pengguna tersebut, terdapat 74,62% berasal kalangan menengah ke bawah. Ini menunjukkan penggunaan internet telah mampu untuk menjangkau lapisan masyarakat Indonesia. Internet dijadikan sebagai solusi dalam masalah komunikasi di perkotaan, seperti di Jagakarsa Jakarta. Salah satu aplikasi internet adalah *e-commerce*, yang merupakan singkatan dari *e-commerce* yang mampu mengkomunikasikan penjual dan pembeli secara online. (Biro Humas Kementerian KOMINFO, 2018)

Definisi *e-commerce* adalah proses dimana konsumen membeli serta menjual produk secara elektronik, dengan menggunakan komputer digunakan sebagai perantara untuk transaksi komersial antar perusahaan. Atau kegiatan yang menjual, membeli, dan memasarkan barang / jasa dengan sistem elektronik (seperti Internet, TV, atau jaringan komputer lainnya). *E-commerce* memungkinkan individu dan pengguna internet perusahaan untuk melakukan kegiatan bisnis melalui berbagai cara efisien. Pembeli dan penjual bertransaksi secara online tidak bertemu secara fisik. (Sumbodo, 2017)

Transaksi tidak harus dilakukan dengan pembayaran langsung, tetapi hanya dengan mentransfer dana antar rekening. Kemudahan serta kepraktisan aplikasi *e-commerce* telah memungkinkan *e-commerce* berkembang pesat di masyarakat (Loudon,2007).

Menurut penelitian Padmannavar, dengan adanya *e-commerce*, banyak pengusaha wanita di negara-negara Padmannavar berkembang pada tahun 2011, yang terbantu dalam menyediakan barang dan jasa, menemukan pasar baru, dan mendapatkan pesanan baru, dan mengurangi biaya melakukan transaksi komersial. (Padmannavar, 2011)



METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan ini ditujukan untuk para pengusaha UMKM Jagakarsa Jakarta Selatan. Sifat kegiatan program pelatihan ini telah dilaksanakan dengan bentuk kegiatan dua sesi pelatihan di Gedung Graha Kosgoro 1957 berada di lingkungan Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957. Sedangkan bentuk program yang dilaksanakan dalam bentuk diskusi dan presentasi dengan peserta, selanjutnya langsung mempraktikkan membuat *landing page*, dan melakukan kegiatan secara *e-commerce*. Jenis pengembangan program yang dilaksanakan ini untuk keperluan dalam memperlancar usaha UMKM yang ada di Jagakarsa secara khusus dan masyarakat umum.

Tahapan yang dilaksanakan pada pelatihan ini:

- 1) *Pertama*, Tim PkM (pengabdian kepada masyarakat) melakukan pendekatan komunikasi kepada Masyarakat Jagakarsa untuk memberikan ruang waktu dalam pelatihan dan presentasi. Kemudian pendekatan kepada masyarakat UMKM dilakukan memberikan paparan pentingnya meningkatkan penjualan melalui *e-commerce*. Selanjutnya kegiatan awal adalah menyiapkan beberapa materi pelatihan berupa *softcopy* modul materi *e-commerce* dengan penjelasan tentang: Pengenalan *e-commerce*, jenis-jenis transaksi yang ada dalam kegiatan *e-commerce*, strategi dalam pengembangan usaha melalui *e-commerce*.
- 2) *Kedua*, ditahap selanjutnya merancang cara kegiatan pelatihan yang didasarkan suatu pendekatan dalam proses pengembangan UMKM, pemahaman *e-commerce* dan evaluasi. Pemberian materi *e-commerce* dengan diawali merancang *landing page* hingga desain web, *layout* web dan konten-konten menarik pengunjung *website*.
- 3) *Ketiga*, instruktur PkM IBI Kosgoro 1957 melakukan praktik secara berkelompok. Pada saat implementasi selanjutnya peserta didampingi para instruktur serta asisten instruktur. Para peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan, dan tampak semua peserta sangat antusias bertanya dalam menyelesaikan masalah maupun tugas materi sehingga benar-benar telah berhasil baik.
- 4) *Keempat*, kegiatan selanjutnya tim pelaksana melakukan pembahasan atas masalah-masalah yang dihadapi. Masalah berlangganan kuota data menjadi dominan pertanyaan, sehingga tim mendatangkan tim dari Telkomsel untuk melakukan presentasi untuk menyampaikan program bantuan bagi para pengusaha UMKM dengan memberikan potongan diskon khusus bagi para pelaku UMKM. Tentunya ini menjadi kabar baik bagi pengusaha karena kendala yang mereka hadapi telah dapat ditangani dengan kehadiran dari tim Telkomsel, memberikan paket khusus Data Internet bagi UMKM. Terakhir tim PkM IBI Kosgoro1957 kembali membagikan kuesioner bagi peserta untuk mengetahui kemajuan dan sarannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM dilaksanakan di Kelurahan Jagakarsa Jakarta Selatan dengan mengambil tempat di Graha Kosgoro 1957, dimulai jam 08.00 hingga sampai jam 16.00 WIB.

Kegiatan PkM dibuka oleh Rektor dan Sambutan Ketua UMKM Kelurahan Jagakarsa Jakarta Selatan serta perwakilan Dosen Manajemen, selanjutnya penyampaian materi pelatihan dari Tim PkM IBI Kosgoro 1957.

Pelaksanaan dilaksanakan bersamaan dengan Tim PkM lainnya dari Prodi Manajemen terdiri dari 4 tim PkM yang memiliki fokus keahlian bidang pengelolaan wirausaha. Partisipan merupakan bapak-bapak dan ibu-ibu pengusaha UMKM Kelurahan Jagakarsa Jakarta Selatan. Kegiatan pelatihan dilakukan dalam bentuk presentasi menggunakan proyektor untuk menampilkan materi.



Kegiatan PkM diisi materi yang berkaitan dengan keterampilan e-commerce untuk mengembangkan UMKM dimana sebelumnya telah berjalan, namun karena adanya pandemi covid-19 perilaku konsumen beralih secara online.

Hasil Kegiatan Pengabdian Kemasyarakatan tentang Pelatihan e-commerce sebagai upaya pembekalan keterampilan wirausaha dan penguatan UMKM bagi masyarakat Jagakarsa Jakarta merupakan solusi Tepat di tengah Pandemi Covid-19.

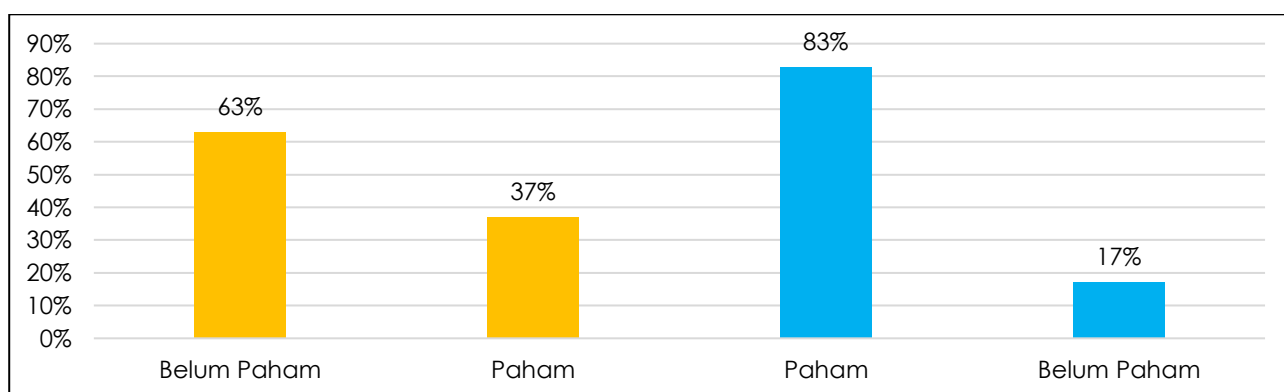
Untuk tindak lanjut pengembangan program, dilakukan pendalaman, bekerja sama dengan perusahaan yang mampu memberikan dukungan, kemudian perluasan dari segi ruang lingkup serta penyebarluasan hasil dari kegiatan tim pengabdian dapat berupa pelatihan lanjutan atau memberikan materi yang baru kepada semua peserta di masyarakat UMKM Jagakarsa.

Kegiatan pelatihan e-commerce bagi UMKM tetap berjalan walaupun dalam suasana pandemi covid-19, karena hal ini juga mampu menekan penyebaran virus, dimana peserta tetap di rumah beraktivitas secara produktif dan insya Allah terhindar dari virus.

Kelanjutan kegiatan PkM ini melibatkan pihak Telkomsel, dengan memberikan kemudahan bagi UMKM dalam membangun *landing page* UMKM. Disamping itu diberikan diskon kuota Peserta UMKM dengan syarat menunjukkan bukti usaha para peserta. Sehingga peserta dapat keterampilan dan dukungan internet sehingga lebih mengenal dan mampu menerapkan e-commerce produk UMKM, kemudian dapat dikembang juga untuk usaha-usaha dalam bentuk lainnya.

A. Isi Materi Pelatihan Jelas dan Mudah Dipahami

Berdasarkan rekapan hasil uji awal (*pre test*) dan hasil akhir (*post test*) atas Pelatihan e-commerce sebagai upaya pembekalan ketrampilan wirausaha dan penguatan UMKM bagi masyarakat Jagakarsa Jakarta yang diberikan kepada peserta UMKM untuk mengetahui peningkatan wawasan peserta dengan pernyataan bahwa "isi materi pelatihan jelas dan mudah dipahami" diumpikan pada gambar berikut menunjukkan terdapat 35 peserta memberikan penilaian.



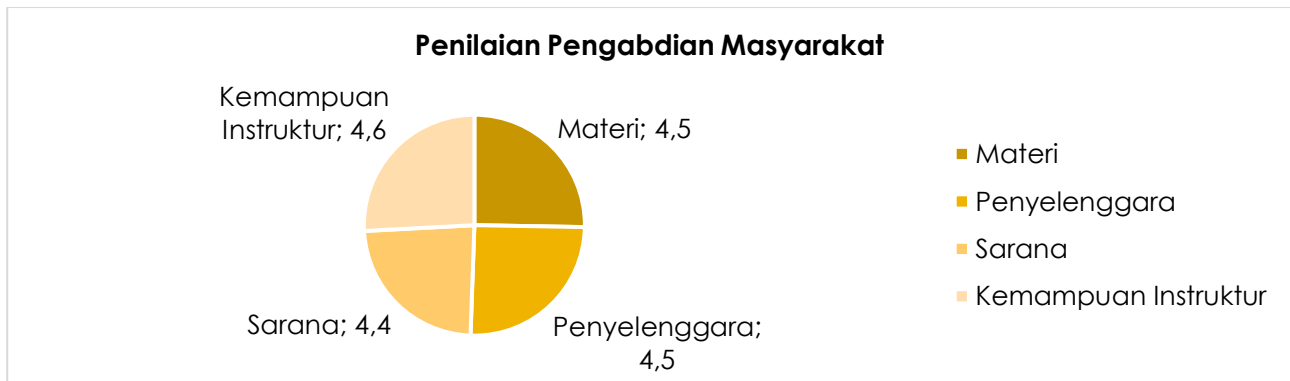
Gambar 1. Hasil Pre dan Post Test Materi Pelatihan

Berdasarkan gambar tersebut di atas dapat dianalisis bahwa sesungguhnya peserta belum mengenal e-commerce sebagai upaya pembekalan ketrampilan wirausaha dan penguatan UMKM bagi masyarakat Jagakarsa Jakarta hal ini dibuktikan ada 22 orang dari 35 orang atau 63% yang belum paham dan hanya 13 orang atau 37% yang paham pada saat *pre test*. Kemudian setelah dilakukan pelatihan pemahaman meningkat menjadi 83% pemahamannya mengenai e-commerce sebagai upaya pembekalan ketrampilan wirausaha dan penguatan UMKM bagi masyarakat Jagakarsa Jakarta.



B. Instruktur Memberi Kesempatan kepada Peserta untuk Bertanya (Response)

Berdasarkan hasil penilaian yang disebarkan kepada peserta untuk mengetahui evaluasi peserta saat pelaksanaan pelatihan yang paham dengan pernyataan bahwa “Instruktur memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya/respons” maka pada gambar berikut menunjukkan terdapat 35 peserta memberikan penilaian skala 5.



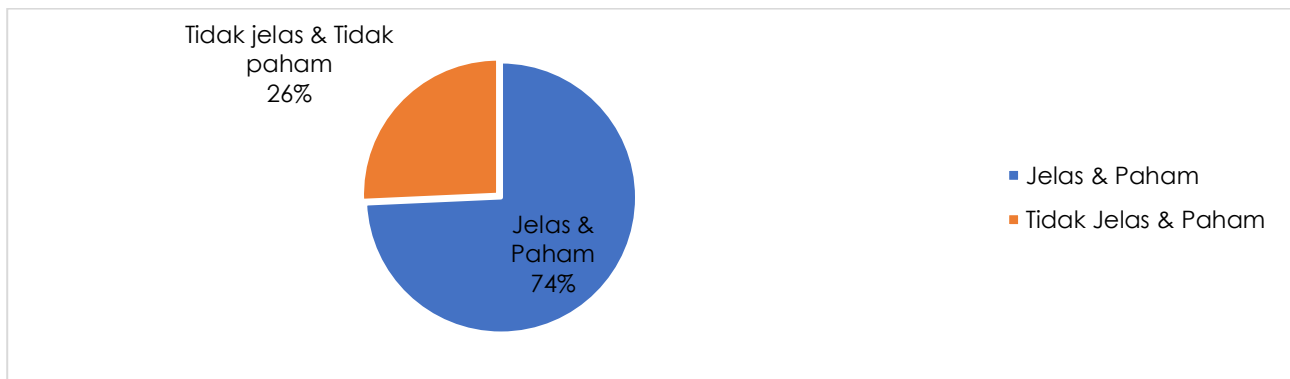
Gambar 2. Hasil Kuesioner Instruktur

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa para peserta pelatihan memberikan respons yang sangat baik rata-rata nilainya 4,5, dimulai penyediaan materi pelatihan yang disiapkan secara sederhana dan mudah dipahami, namun tetap menerapkan teknologi informasi melalui proyektor.

Kemudian saat penyelenggaraan semua tim datang tepat waktu, penyediaan sarana dengan penyediaan ruangan disediakan kursi yang nyaman yang jaga jarak karena masih kondisi pandemi, adanya *sound system* dan proyektor yang memadai, adanya interaksi yang kondusif serta keakraban dengan peserta. Selanjutnya kemampuan instruktur sangat baik karena telah pengalaman secara praktisi dan juga sebagai pengajar dibidang *marketing*.

C. Instruktur Memberikan Contoh dengan Jelas dan Mudah Dipahami

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada peserta untuk mengetahui berapa peserta yang setuju dengan pernyataan bahwa “Instruktur memberikan contoh dengan jelas dan mudah dipahami” maka pada gambar berikut menunjukkan 35 peserta menyatakan sangat paham dengan pernyataan ini.



Gambar 3. Hasil Kuesioner Instruktur Memberikan Contoh Latihan dengan Jelas dan Mudah Dipahami

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa dari 35 peserta terdapat 26 orang atau 74% sangat paham dan jelas atas pelatihan serta contoh-contoh yang diberikan instruktur, dan sisanya 9 orang atau 26% masih belum jelas dan paham.

Hasil analisa, tim dapat menjelaskan sebagai berikut:



- 1) Faktor Pendorong dan Penghambat Kegiatan
Pelaksanaan program PkM ini memiliki beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat.

Faktor pendukung pada program PkM ini adalah sebagai berikut:

- Kelancaran transportasi, akses yang mudah dijangkau dan penyediaan tempat yang layak mendukung kelancaran kegiatan PkM.
- Peserta yang didominasi pengusaha yang tergabung UMKM yang gemar bekerja dalam inovasi-inovasi baru dalam kegiatan bisnis.
- Dukungan dari Ketua UMK setempat untuk program-program terkait yang akan dilaksanakan.

Faktor penghambat pada program PkM ini adalah sebagai berikut:

- Masih dalam kondisi pandemi COVID 19 yang membuat peserta PkM yang hadir terbatas hanya untuk 35 peserta
- Kesadaran maupun masih belum mengenalnya terhadap *e-commerce*.

- 2) Evaluasi

Melakukan evaluasi atas kegiatan pelatihan tersebut dengan cara:

- Memberikan jawaban kepuasan anggota UMKM dan masyarakat baik dari segi pemateri, fasilitas yang disediakan dan hasil yang diperoleh. Semuanya melalui *form* evaluasi dan diperkenankan melalui google form atau kertas,
- Melakukan evaluasi berupa tes awal dan akhir kegiatan,
- Memberikan *form* berisi obsesi peserta sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengukur kemampuan peserta menguasai *e-commerce* dan pemanfaatan teknologi informasi saat interaksi.
- Mengisi *form* yang meminta masukan atas kegiatan yang dilaksanakan, kemudian materi apa saja yang dibutuhkan dapat membantu UMKM dan masyarakat dalam masa pandemi ini apabila pelatihan berkelanjutan.

Untuk tindak lanjut pengembangan program, perlu adanya pendalaman, kemudian perluasan dari segi ruang lingkup serta penyebarluasan hasil dari kegiatan pengabdian dapat berupa pelatihan lanjutan atau memberikan materi yang baru kepada semua peserta di Kelurahan Jagakarsa Yogyakarta Selatan.

Program PkM ini memberikan luaran bagi anggota UMKM dan masyarakat Kelurahan Jagakarsa Yogyakarta Selatan yaitu *outcomes* bagi peserta dalam melakukan aktivitas usaha dengan memanfaatkan teknologi akan terbantu dengan adanya nilai tambah dengan menerapkan *e-commerce*. Materi kegiatan ini juga dilengkapi *slide* dalam bentuk *softcopy* panduan untuk *e-commerce*.

PENUTUP

Pelaksanaan pelatihan mengenai *e-commerce* merupakan salah satu bentuk pengabdian tim PkM Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 dalam memberikan masukan kepada masyarakat luas. Pelaksanaan pelatihan telah selesai dilaksanakan dengan hasil yang baik. Peserta telah memahami bahwa *e-commerce* merupakan konsep yang makin menarik bagi UMKM dan konsumen serta masyarakat yang tetap eksis berbisnis dan belanja dimasa pandemi. Alasan mengapa konsep ini menjadi sangat penting untuk diaplikasikan oleh UMKM merupakan alasan sederhana yang sudah diketahui sejak dahulu, yaitu perubahan perilaku konsumen dan keterbatasan sumber daya.

Dari sudut pandang pemasar sendiri, keterbatasan sumber daya membuat UMKM mencari cara baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep *e-commerce* merupakan suatu alternatif yang dapat digunakan pemasar dalam melaksanakan aktivitas jual dan beli dengan memanfaatkan teknologi.



REFERENSI

- Abdul Haris, dkk. Pelatihan Internet Dan Pengenalan E-Commerce Bagi Masyarakat Desa Ciaruteun Ilir Bogor. Terang Vol. 1, Yogyakarta. 1, Desember 2018 DOI: <https://doi.org/10.33322/terang.v1i1.92>, p-ISSN : 2655-5956, e-ISSN : 2655-5948.
- Haythornhwaite,C. Dan Kendall, L., 2010, Internet and Community, American Behavioral Scientist , Volume 53, Issue 8 : 1083 – 1094.
- Ekasari, P., dan A.H. Dharmawan, Socio Economic Impacts by the Internet Usage in Villages, Sodality : Jurnal Sosiologi Pedesaan, Vol. 06, Yogyakarta. 01, April 2012.
- Nurdin, A. and Rambe, D. (2020) *Perilaku Konsumen dalam Belanja Online Melalui Perspektif Gender*, *Mediastima*.
- Nurdin, H., Rambey, T. and Andriyanti, R. (2020) 'Analisis Karakteristik, Adaptasi Bisnis Dan Kompetensi Manajemen Terhadap Pengembangan Kewirausahaan Pelaku Umkm Di Kampung Budaya Betawisetu Babakan Yogyakarta Selatan', *Mediastima*, 26(2), pp. 254–272. Available at: <http://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/mediastima/article/view/121/79>.
- Biro Humas Yogyakarta KOMINFO, 2018, Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband, Siaran PERS Yogyakarta. 53/HM/KOMINFO/02/2018, kominfo.go.id.
- Sumbodo, B.A.A., A.Dharmawan, dan Faizah, 2017, Implementasi Teknologi Internet sebagai Solusi Pengentasan Masalah Komunikasi di Desa Nyamuk Kecamatan Karimunjawa Kabupaten Jepara, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* , Volume 2, Nomor 2.
- Loudon, K.C dan Carol G.Traver, 2007, E-Commerce, Pearson, New Jersey.
- Padmannavar, S.S., A Review on E-Commerce Empowering Women, *Yogyakarta Journal of Computer Science and Telecommunications*, Volume 2 , Issue 8, November 2011.
- Ratna Candra Sari, dkk. Pelatihan manajemen keuangan bagi pemuda pemudi jamaah masjid agung gamping sleman sebagai upaya pembekalan ketrampilan wirausaha dan penguatan umkm. Jurusan pendidikan akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2014.

LAMPIRAN

Dokumentasi Kegiatan



Foto 1: Foto Tim Pelaksana



Foto 2: Paparan Materi Tim Pelaksana





Foto 3: Tanya Jawab Tim Pelaksana dengan Peserta



Foto 4: Foto Tim Pelaksana



Foto 5: Melanjutkan kegiatan Pelatihan dengan UMKM Smart



Foto 6: Pemaparan Pihak Telkomsel



Foto 7: Menyebarkan Evaluasi Bagi Peserta

