

# Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Rentan Pasca Kondisi New Normal Pada Daerah Rawan Kebakaran Hutan dan Hutan Gambut di Desa Sungai Jaga A

*Economic Empowerment of Vulnerable Communities Post New Normal Conditions in Forest and Peat Forest Fire Prone Areas in Sungai Jaga A Village*

Erlinda Yurisinthae<sup>1</sup>, Dedi Kurniadi<sup>2</sup>, A. Hamid A. Yusra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian  
Universitas Tanjungpura

---

## ARTICLE INFO

### Article history:

DOI:

[10.30595/pspfs.v4i.510](https://doi.org/10.30595/pspfs.v4i.510)

Submitted:

August 20, 2022

Accepted:

Oct 28, 2022

Published:

Nov 17, 2022

---

### Keywords:

Pemberdayaan Ekonomi,  
Masyarakat Rentan, New  
Normal

---

## ABSTRACT

Di Indonesia, dampak yang diakibatkan oleh Covid-19 jauh lebih kompleks dibanding krisis ekonomi 1997-1998 dan 2008-2009. Akibat diterapkannya PSBB, banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan dan kesusahan dalam mencari lapangan pekerjaan sehingga sulit untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Upaya mengatasi pandemi Covid-19, Pemerintah Indonesia, selain melakukan upaya dari sisi kesehatan, juga melaksanakan upaya pemulihan ekonomi masyarakat yang ditujukan kepada kelompok masyarakat yang paling terdampak yaitu masyarakat miskin dan rentan miskin. Upaya yang dilakukan pemerintah antara lain Digitalisasi Ekonomi Desa yang diinisiasi oleh Kemendes PDPT. Lokasi kegiatan di Desa Sungai Jaga A, yang merupakan satu dari 183 kabupaten tertinggal di Kabupaten Bengkayang. Sebagian besar penduduk memiliki sumber pendapatan sebagai petani. Produk pertanian bersifat mudah rusak dan lebih cepat mengalami penurunan mutu, sehingga harga jual di pasaran cenderung menjadi rendah. Untuk mengatasi hal tersebut, perlu dilakukan penerapan teknologi pengolahan hasil pertanian, termasuk di dalamnya adalah teknologi pengemasan, pelabelan dan pemasaran digital. Pelaksanaan kegiatan ini mengikuti beberapa tahapan yaitu tahap persiapan, tahap sosialisasi, tahap diseminasi, tahap evaluasi dan monitoring, serta tahap pelaksanaan penelitian menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Terdapat tiga teknologi yang didesiminasikan, yaitu: pengemasan, pelabelan dan pemasaran digital. Pemilihan materi mempertimbangkan dinamisasi dan perkembangan masyarakat yang sudah menjadikan dunia tanpa batas dengan menggunakan internet. Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa semua peserta kegiatan memiliki HP. Namun yang memiliki HP android sekitar 85%. Banyaknya pengguna HP android ini adalah dampak dari pembelajaran daring dari anak-anak peserta. Seratus persen HP dipergunakan untuk berkomunikasi, namun penggunaan HP untuk mencari berita/informasi baik di bidang pertanian maupun non pertanian masih dikisaran 75%. Lebih lanjut, masyarakat melihat internet berpotensi untuk membantu petani dan pemasaran produk yang dihasilkan. Namun belum meratanya tangkapan sinyal dan menambah pengeluaran menjadi pertimbangan petani untuk belum menggunakan internet. Untuk memanfaatkan peluang pemanfaatan internet maka masyarakat disarankan membentuk kelompok usaha pemasaran. Kelompok usaha pemasaran ini dapat menjamin kuantitas dan keberlanjutan produksi. Upaya perbaikan kualitas, dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama bersama Dinas Koperasi di Kabupaten Bengkayang.

---

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



---

**Corresponding Author:**

**Erlinda Yurisinthae**

Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura

Email: [erlinda.yurisinthae@faperta.untan.ac.id](mailto:erlinda.yurisinthae@faperta.untan.ac.id)

---

## 1. PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 dimulai pada bulan Maret 2020 dan hingga sekarang belum reda. Berjalan dengan seiringnya waktu, covid-19 telah menyebar luas ke seluruh dunia, sehingga menimbulkan pengaruh di semua bidang kehidupan. Kesehatan dan perekonomian adalah bidang kehidupan yang sangat terdampak akibat pandemi ini. Negara-negara di dunia, seperti AS, Jepang, Korea Selatan, Uni Eropa, Hong Kong, dan Singapura mengalami pertumbuhan ekonomi negatif pada Triwulan I dan II Tahun 2020. Hal ini juga terjadi di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi pada Triwulan II-2020 negatif (-5,32%). Sebelumnya, pertumbuhan ekonomi pada Triwulan I-2020 tercatat 2,97% (Wuryandani, 2020). Bahkan menurut BPS, terjadi juga pelemahan nilai mata uang rupiah terhadap USD dan mata uang asing lainnya.

Di Indonesia, dampak yang diakibatkan oleh Covid-19 jauh lebih kompleks dibanding krisis ekonomi 1997-1998 dan 2008-2009 (Victoria, 2020). Dampak negatif yang sangat besar sudah dapat dilihat dari kondisi industri. (CNBC Indonesia, 2020). Sektor yang paling banyak melakukan PHK adalah sektor pariwisata, tekstil, dan garmen (Detik Travel, 2020).

Upaya mengatasi meluasnya penyebaran Covid-19 dilakukan dengan menerapkan *lock down* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Indonesia lebih memilih PSBB (*social distancing*) sebagai upaya pencegahan penyebaran. Dengan adanya PSBB maka perkantoran dan sebagian besar industri dilarang beroperasi untuk kurun yang relatif lama, sehingga menimbulkan kerugian ekonomi.

Akibat diterapkannya PSBB, banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan dan kesusahan dalam mencari lapangan pekerjaan sehingga sulit untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Hanoatubun, 2020). PSBB yang diberlakukan oleh pemerintah menyebabkan seluruh masyarakat terkena dampak. Namun, terutama masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah dan pekerja harian adalah kelompok masyarakat yang sangat terdampak.

Upaya yang dilakukan pemerintah antara lain Digitalisasi Ekonomi Desa yang diinisiasi oleh Kemendes PDTT ([mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com), 2020). Kabupaten Bengkayang ditetapkan oleh Kementerian PPN/Bappenas sebagai salah satu dari 183 kabupaten tertinggal. (BPS Kabupaten Bengkayang, 2013). Daerah Sungai Jaga A memiliki luas daerah sekitar 2.800 M<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 4.587 jiwa. Sebagian besar dari wilayah desa dijadikan kebun sawit, sedangkan di sepanjang pesisir dijadikan sebagai pangkalan pendaratan kapal nelayan tradisional. Sektor pertanian tanaman pangan meliputi tanaman padi (padi, sawah dan padi ladang), keladi, ubi kayu, dan ubi jalar.

Untuk memanfaatkan peluang sekaligus bertahan dalam kondisi perekonomian yang mengalami peralihan, maka perlu dilakukan pendampingan terkait dengan pengemasan dan pelabelan. Produk olahan yang sudah dikemas dan dilabel harus dipasarkan. Untuk memanfaatkan program Digitalisasi Ekonomi maka masyarakat disyaratkan untuk memahami pemanfaatan pemasaran digital untuk itu pendampingan terkait dengan pemasaran digital juga perlu dilakukan. Pendampingan yang dilakukan juga harus dievaluasi sejauh mana kontribusinya terhadap perubahan dan perkembangan masyarakat. Maka penelitian kaji tindak ini dilaksanakan.

### Landasan Pemikiran

Produk pertanian bersifat mudah rusak dan lebih cepat mengalami penurunan mutu, sehingga harga jual di pasaran cenderung menjadi rendah. Untuk mengatasi hal tersebut, perlu dilakukan penerapan teknologi pengolahan hasil pertanian. Dalam perkembangannya, teknologi pengolahan hasil pertanian di samping digunakan untuk mengurangi kerusakan juga untuk memperkaya zat gizi dan juga untuk merubah sifat bahan pangan sehingga sesuai dengan selera konsumen.

Seiring majunya dunia teknologi menambah kemudahan dalam kehidupan diantaranya dalam hal pengolahan bahan pangan. Selanjutnya, kemasan merupakan pembungkus luar produk. Fungsi kemasan pada

umumnya adalah mencegah kerusakan barang produksi, menghindarkannya dari benturan keras serta guncangan tertentu, dan pencegahan kerusakan produk karena cuaca ekstrem.

Menurut Angipora (2002), label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Jadi, berdasarkan pengertian tersebut label merupakan suatu yang sangat penting bagi produk karena dengan label tersebut konsumen dapat mengenal dan mengingat produk tersebut, hal ini disebabkan produk telah memiliki identitas yang berisi informasi tentang produk tersebut.

Pemasaran *online* adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk menyebarkan pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan kepada calon pelanggannya (Renny, Okky, & Rizky, 2019) (Sisca, Kintoko, & Puji, 2020) (Martinus, Stephanie, & Andreas, 2020) (Ananta, Oktavima, & Magdalena, 2020). Banyak manfaat dipergunakannya pemasaran digital bagi pertanian (Bhosage, 2018). Keterlambatan menggunakan internet memungkinkan terjadinya kerugian kompetitif (Omar, Ramayah, Lin, Mohamad, & Marimuthu, 2011). Namun tidak dapat dipungkiri pemasaran digital menuntut kemampuan literasi digital dari petani (Fharaz, Kusnadi, & Rachima, 2022)

Metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran *online* termasuk email, media sosial, periklanan tampilan, optimisasi mesin pencari, dan banyak lagi. Tujuan pemasaran adalah untuk menjangkau calon pelanggan melalui saluran di mana mereka menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, berbelanja, atau bersosialisasi secara online. E-commerce bermanfaat bagi UMKM karena dapat memperluas pasar, yang berarti akan meningkatkan penjualan, komunikasi, citra perusahaan, mempercepat proses produksi, serta meningkatkan produktivitas karyawan (Rahayu & Day, 2017) (Harto & Komalasari, 2020).

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian kaji tidak atau sering disebut riset aksi adalah kegiatan penelitian melalui tindakan, penelitian dengan tindakan, atau penelitian yang digunakan untuk menunjang tindakan/upaya guna menangani masalah penting dan berarti bagi masyarakat (Mudjiman, 1997). Penelitian kaji tindak juga merupakan kontribusi perguruan tinggi bagi pemberdayaan masyarakat sebagai bentuk aplikasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Karsidi, 2001).

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Desa Sungai Jaga A. Desa Sungai Jaga A adalah desa di Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat. Pelaksanaan kegiatan mengikuti tahapan, yaitu tahap persiapan (pengurusan administrasi dan perizinan dan perjanjian untuk melaksanakan kegiatan). Tahap kedua adalah tahap sosialisasi dan tahap diseminasi. Selanjutnya dilakukan tahap evaluasi dan monitoring serta tahap penelitian terkait dengan hasil pendampingan yang dilakukan. Terdapat tiga teknologi yang didesiminasikan, yaitu: pengemasan, pelabelan dan pemasaran digital. Pemilihan materi mempertimbangkan dinamisasi dan perkembangan masyarakat yang sudah menjadikan dunia tanpa batas dengan menggunakan internet.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sungai Jaga A Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Bengkayang. Khalayak sasaran kegiatan ini adalah adalah masyarakat, serta ibu-ibu pengurus organisasi sosial di desa. Pelaksanaan kegiatan di mulai sesuai dengan tahapan yang direncanakan.

Tahapan sosialisasi kegiatan dilaksanakan pada bulan Juni 2021. Pada tahap sosialisasi, tim melakukan komunikasi dengan Kepala Balai Penyuluh Pertanian di Kecamatan Sungai Raya. Selanjutnya menjadi mitra yang menyediakan tempat pelaksanaan dan mengatur waktu pelaksanaan diseminasi teknologi. Pada bulan Agustus 2021 dilaksanakan kegiatan diseminasi teknologi. Kegiatan dihadiri 50 peserta yang didominasi oleh ibu-ibu.



Gambar 1. Suasana pembukaan kegiatan di Desa Sungai Jaga A

Pelaksanaan diseminasi dilaksanakan menggunakan beberapa metode. Metode yang diterapkan adalah:

- 1) Penyampaian teori (ceramah) dan dengan menggunakan slide dan demonstrasi tentang kemasan, pelabelan serta penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran.
- 2) Metode simulasi. Dalam kegiatan penyuluhan dan sosialisasi ini dilakukan beberapa simulasi dengan beberapa sesi yaitu:
  1. Pengisian angket untuk mengetahui pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang kemasan, pelabelan, dan pemasaran digital
  2. Praktek membuat label dan mempergunakan media sosial sebagai sarana pemasaran
  3. Diskusi dan tanya jawab mengenai pemasaran digital.

Sesuai edaran dari Rektor UNTAN, maka pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan. Tempat cuci tangan disediakan di halaman sebelum masuk ke tempat pelaksanaan. *Handsanitizer* dan masker disiapkan oleh Tim Pelaksana. Pada awal kegiatan dibagikan buku. Buku yang dibagikan adalah: (a) Buku Kemasan, (b) Buku Pelabelan, dan ©. Buku E-Marketing

Selanjutnya tahapan monitoring dan evaluasi dilaksanakan berturut-turut selama dua bulan. Pada tahapan monitoring, peserta berkomunikasi kepada tim mempergunakan telepon dan WA. Evaluasi dilaksanakan pada akhir kegiatan (Oktober 2021). Tahap evaluasi dilaksanakan dengan pendekatan FGD sekaligus melakukan penjarangan pendapat.

Penjarangan pendapat dari peserta pelatihan dilaksanakan menggunakan kuesioner. Kuesioner ini dipergunakan untuk melihat pengetahuan dan pemanfaatan internet dalam kegiatan sehari-hari (tabel 1).

Tabel 1. Karakteristik Penggunaan HP dan Internet oleh masyarakat Desa Sungai Jaga A

No	Karakteristik	Persentase/Keterangan
1.	Kepemilikan HP	100
2.	Kepemilikan HP android	85
3.	Pemanfaatan HP	
	a. Untuk komunikasi	100
	b. Untuk mencari berita/informasi non pertanian	75
	c. Untuk mencari informasi tentang pertanian	75
	d. Untuk memasarkan produk yang dihasilkan	0
4.	Platform media sosial yang dimanfaatkan	WA, Facebook, Instagram
5.	Pengetahuan penggunaan media sosial	Pengguna
5.	Persepsi pemanfaatan HP untuk mendapatkan informasi pertanian dan pengolahan hasil pertanian dan media pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tertarik menggunakan internet sebagai sumber informasi pertanian dan pengolahan hasil pertanian.</li> <li>2. Belum tertarik untuk memanfaatkan internet sebagai media pemasaran karena produk yang dihasilkan jumlahnya masih sedikit dan belum berkelanjutan</li> </ol>
5.	Kendala pemanfaatan internet sebagai sumber informasi dan media pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak semua lokasi terjangkau sinyal internet.</li> <li>2. Pembelian pulsa yang menambah pengeluaran</li> </ol>

Sumber: Data Primer diolah, 2021.

Dari tabel 1 diketahui semua peserta kegiatan memiliki HP. Namun yang memiliki HP android sekitar 85%. Banyaknya pengguna HP android ini adalah dampak dari pembelajaran online dari anak-anak peserta. Seratus persen HP dipergunakan untuk berkomunikasi, namun penggunaan HP untuk mencari berita/informasi baik di bidang pertanian dan pengolahan hasil pertanian masih dikisaran 75%.

Platform media sosial yang dipergunakan adalah WA, FB dan Instagram. Namun baru sebatas sebagai pengguna untuk keperluan bersosialisasi. Inilah kemudian menjadi pertimbangan dari Tim pelaksana, untuk melanjutkan praktek pada penggunaan WA, FB dan Instagram sebagai sarana pemasaran. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dari (Yuantari M. C., 2016) (Pasaribu & Maulia, 2021).

Hamidi et. al, 2015 (Guampe, 2021) menyatakan, pembangunan perdesaan dengan pemberdayaan masyarakat merupakan satu upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan ketimpangan pendapatan. Pembangunan perdesaan artinya Pembangunan Pertanian, dan akhirnya menjadi penggerak perekonomian masyarakat. Faktor penting dalam meningkatkan kemandirian petani adalah keaktifan mencari informasi usahatani serta interaksi dengan penyuluhan (Malta, 2016). Penelitian (Mulyandari, 2011) menyatakan bahwa perilaku petani dalam memanfaatkan teknologi informasi baik di Jabar maupun di Jatim untuk mendukung usaha tani cukup positif. Mempertimbangkan kondisi petani di Desa Sungai

Jaga A disarankan untuk bergabung dan membentuk kelompok. Sehingga dapat menjamin kuantitas dan keberlanjutan produksi. Sementara untuk memperbaiki dan mempertahankan kualitas produk hasil pertanian, disarankan untuk menjalin kerjasama dengan Dinas Koperasi di kabupaten.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan penelitian kaji tindak dilakukan pada tanggal 18 September 2021 di Desa Sungai Jaga A Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Bengkayang. Khalayak sasaran kegiatan ini adalah adalah masyarakat dan pengurus organisasi sosial. Jumlah peserta kegiatan berjumlah 30 orang. Pada pelaksanaannya dipergunakan metode paparan menggunakan infokus, peragaan dan simulasi (praktek). Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan menerapkan protocol kesehatan. Diserahkan buku saku kepada peserta kegiatan, yaitu: buku tentang kemas, pelabelan dan pemasaran digital.

Berdasarkan wawancara, masyarakat melihat internet berpotensi untuk membantu petani dan pemasaran produk yang dihasilkan. Namun belum meratanya tangkapan sinyal dan menambah pengeluaran menjadi pertimbangan petani untuk belum menggunakan internet. Walaupun HP dipergunakan, masih digunakan sebatas alat komunikasi dan sosialisasi. Masyarakat membentuk kelompok usaha pemasaran. Sehingga dapat menjamin kuantitas dan keberlanjutan produksi. Sementara untuk perbaikan kualitas, dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama bersama Dinas Koperasi di kabupaten.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, K. Y., Oktavima, W., & Magdalena, P. N. (2020). Pendampingan dan Penerapan Teknologi untuk Peningkatan Produktivitas Usaha Mikro Gula Semut. *Dinamisia*, 275-284.
- Angipora, M. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bhosage, S. M. (2018). E- Marketing of Agricultural Products. . *IJTSRD*, DOI; 10.31142/ijtsrd18675.
- BPS Kabupaten Bengkayang. (2013, Januari 13). *Bengkayang Dalam Angka 2013 - BPS Kabupaten Bengkayang*. Retrieved from <https://bengkayangkab.bps.go.id/publication/2014/01/13/9a3300d50b658a545a637a1d/> bengayang-dalam-angka-2013.html.
- BPTP Bengkulu. (2016, April 18). *Prospek Pengolahan Hasil Pertanian*. Retrieved from <http://bengkulu.litbang.pertanian.go.id/>.
- CNBC Indonesia. (2020, April 09). *Update! 1,4 Juta Pekerja Dirumahkan & PHK, Jakarta Terbanyak*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200409201441-4-151017/update-14-juta-pekerja-dirumahkan-phk-jakarta-terbanyak>.
- Detik Travel. (2020, April 23). *Data Efek Virus Corona ke Wisata RI per 23 April 2020*. Retrieved from <https://travel.detik.com/travel-news/d-4928546/data-efek-virus-corona-ke-wisata-ri-per-23-april-2020>.
- Fharaz, V. H., Kusnadi, N., & Rachima, D. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Literasi E-Marketing pada Petani. *Jurnal Agribisnis Indonesia Vo. 10, No. 1, Juni*, <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1> , 169-179.
- Guampe, F. A. (2021). *Literasi dan perilaku Sosial Ekonomi Petani Perdesaan*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian indonesia. *Journal of Education Psychology and Counseling*, 2(1), 146-153. Retrieved from <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsyscouns/article/view/423>.
- Harto, B., & Komalasari, R. (2020). Optimalisasi Platform Online Internet Marketing untuk SME Little Rose Bandung. *Empowerment in The Community (1) 1* : <http://dx.doi.org/10.31543/ecj.v1i1.357.g38>, 1-6.
- Karsidi, R. (2001). Paradigma Baru Penyuluhan Pembangunan dalam Pemberdayaan Masyarakat. In Pambudy, & A. K. Adhy, *Pemberdayaan Sumberdaya Manusia Menuju Terwujudnya Masyarakat Madani*. Bogor: Pustaka Wirausaha Muda.
- Malta. (2016). Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Kemandirian Petani dalam Pengambilan Keputusan untuk Keberlanjutan Usahatani (Kasus: Petani di Desa Sukaharja Kabupaten Bogor). *Sosiohumaniora 18* (2), 118-124.
- Martinus, M., Stephanie, P. A., & Andreas, H. N. (2020). Pembangunan Sistem Informasi Penjualan pada Usaha Mikro. Kecil dan Menengah (studi Kasus : Pahala Fotocopy dan Digital Printing). *Dinamisia*, 190-199.

- mediaindonesia.com. (2020, November 20). *Media Indonesia*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/humaniora/363431/digitalisasi-jadi-penyelamat-ekonomi-desa-saat-pandemi>.
- Mudjiman, H. (1997). *Riset Aksi sebagai Metode Pembinaan Masyarakat Desa: Pidato Pengukuhan Guru Besar di Universitas Sebelas Maret*. Solo: Universitas Sebelas Maret.
- Mulyandari, R. (2011). Perilaku Petani Sayuran dalam Memanfaatkan Teknologi Informasi. *Jurnal Perpustakaan Pertanian Vol. 20, Nomor 1*.
- Omar, A., Ramayah, T., Lin, L. B., Mohamad, O., & Marimuthu, M. (2011). . Determining factors for the usage of web-based marketing applications by small and medium enterprises (SMEs) in Malaysia. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 5(2), 70–86.
- Pasaribu, M., & Maulia, P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Memasarkan Teh di Desa Manik Maraja. *Seminar Nasional Kewirausahaan* (pp. 769-782). <http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v2i1.8387>.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-Commerce Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review* 7: <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>, 25-41.
- Renny, S. D., Okky, A. D., & Rizky, N. (2019). Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Dinamisia*, 36-43.
- Sisca, C. N., Kintoko, & Puji, H. P. (2020). Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempeyek di Yogyakarta. *Dinamisia*, 6-11.
- Victoria, A. O. (2020, April 07). *Sri Mulyani Sebut Covid-19 Lebih Kompleks dari Krisis 1998 dan 2008*. Retrieved from Sri Mulyani Sebut Covid-19 Lebih Kompleks dari Krisis 1998 dan 2008: <https://katadata.co.id/happyfajrian/finansial/5e9a41f631b5e/sri-mulyani-sebut-covid-19-lebih-kompleks-dari-krisis-1998-dan-2008>.
- Wuryandani, D. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020 Dan Solusinya. *Jurnal Info Singkat*, 12(15), 19-24.
- Yuantari, M. C. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian di Desa Curut Kecamatan Penawangan Kabupaten Grobog. *Techno.COM Vol. 15 No. 1, Februari*, 43-47.
- Yuantari, M. C., Kurniadi, A., & Ngatindriatun. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Hasil Pemasaran di Desa Curut Kecamatan Penawangan Kabupaten Grobogan Jawa Tengah. *Techno.COM, Vol. 15, No. 1, Februari*, 43-47.