

## Menumbuhkan Bisnis Digital dengan “Grow with Google” Implementasi Teknologi Era Pandemi Covid-19

*Growing Digital Business by “Grow with Google” Implementation of Technology in the Era of  
Covid-19 Pandemic*

Fanny Novika\*

Fida Fathiyah Addini

Departement of Actuary, Sekolah  
Tinggi Manajemen Asuransi  
Trisakti, East Jakarta, Jakarta Capital  
Special Region, Indonesia

email: [novikafanny@gmail.com](mailto:novikafanny@gmail.com)

### Kata Kunci

Bisnis digital  
*Grow with Google*  
Pandemi Covid-19  
Pemasaran digital

### Keywords:

Digital business  
*Grow with Google*  
Covid-19 pandemic  
Digital marketing

*Received:* August 2022

*Accepted:* September 2022

*Published:* November 2022

### Abstrak

Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia berdampak pada berbagai sektor. Penurunan aktivitas dan perubahan ke sistem digital akibat pandemi merupakan faktor utama yang menyebabkan dampak pada masyarakat. Salah satu sektor yang terdampak adalah sektor usaha. Tidak sedikit usaha yang terpaksa tutup karena tidak mampu menghadapi perubahan ke sistem digital. Google sebagai perusahaan teknologi terbesar memiliki produk berupa pelatihan kepada pelaku bisnis secara gratis. Google juga menawarkan tampilan profil bisnis pada hasil pencarian atau peta (*maps*). Tujuan kegiatan ini adalah memberikan literasi dan mendampingi para pelaku bisnis untuk meningkatkan kompetensi diri menggunakan produk Google. Literasi dilakukan sebagai landasan awal para pelaku bisnis perihal dasar-dasar pemasaran digital. Peningkatan kompetensi dilakukan dengan mengikuti pelatihan keterampilan dari Google serta mengaplikasikan media profil bisnis, penelusuran maps dan media periklanan Google. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pengetahuan akhir para peserta tentang pemasaran digital sudah cukup baik dan terdapat penambahan pengetahuan mengenai produk-produk terkait bisnis dari Google. Selain itu salah satu pemilik usaha terpilih sudah didampingi hingga berhasil menggunakan produk-produk terkait bisnis dari Google dan beriklan di Google.

### Abstract

*The Covid-19 pandemic that occurred in Indonesia had an impact on various sectors. The decline in activity and changes to digital systems due to the pandemic are the main factors causing the impact on society. One of the sectors affected is the business sector. Not a few businesses were forced to close because they were unable to deal with changes to the digital system. Google as the largest technology company has a product in the form of training for business people for free. Google also offers the appearance of a business profile in search results or maps. This activity aims to provide literacy and assist business people to improve their competence in using Google products. Literacy is carried out as the initial foundation for business people regarding the basics of digital marketing. Competency improvement is achieved by participating in skills training from Google and applying business profile media, maps search, and advertising media. The results of this activity indicate that the final knowledge of the participants about digital marketing is quite good and there is additional knowledge about business-related products from Google. In addition, one of the selected business owners has been assisted in successfully using business-related products from Google and advertising on Google.*

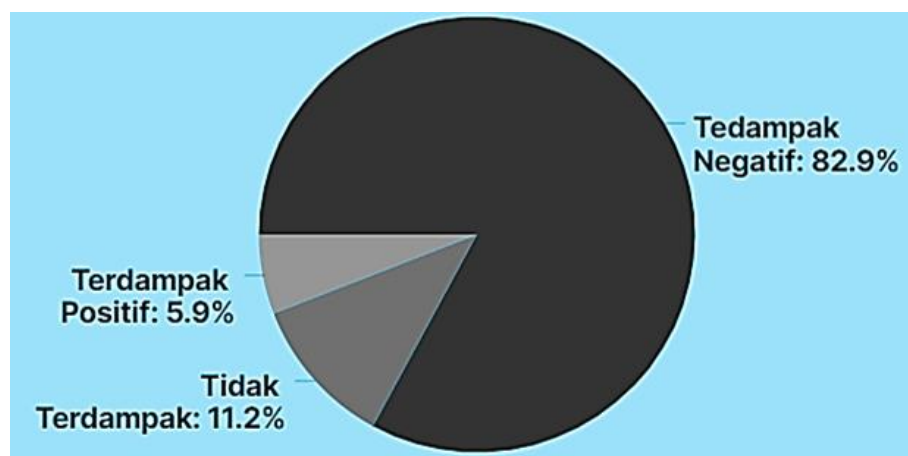


## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 berdampak pengurangan pada perekonomian global termasuk di Indonesia. Pemerintah berupaya meningkatkan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) untuk merespon penurunan aktivitas masyarakat yang berdampak pada perekonomian. Program PEN bertujuan untuk meningkatkan kinerja ekonomi para pelaku usaha yang menjalankan usaha di masa pandemi Covid-19. Pada tahun 2022, arah kebijakan program PEN lebih antisipatif, responsive

dan produktif. Anggaran program PEN didorong untuk pemulihan yang menstimulasi ketersediaan tenaga kerja dengan kegiatan yang lebih produktif (Ikmal & Noor, 2021). Pada tahun 2022, program PEN mendapatkan alokasi anggaran sebanyak Rp455,62 T. PEN 2022 dirancang responsif dan fleksibel yang berfokus pada tiga kluster, yaitu kesehatan, perlindungan sosial dan penguatan pemulihan ekonomi (Kemenangan & Setiawan, 2021). Program ini diharapkan dapat memperluas kehidupan UMKM untuk berkontribusi pada perekonomian Indonesia di kluster ketiga.

Dampak negatif yang terjadi di sektor UMKM mengarah pada adaptasi pelaku antara lain berkurangnya produksi barang/jasa, berkurangnya jumlah karyawan/jam, dan berkurangnya jumlah saluran penjualan/pemasaran (Nalini, 2021). Berdasarkan kajian *Asian Development Bank* perihal tentang dampak pandemi, 88% UMKM kehabisan dana modal. Selain itu lebih dari 60% mengalami pengurangan tenaga kerja. Situasi UMKM pra-Covid-19 yang baik dialami oleh hampir semua pelaku bisnis, namun saat Covid-19 melanda, sebagian besar keadaan tersebut berubah. Terdapat 56,8% UMKM berada dalam kondisi buruk dan hanya 14,1% UMKM masih berada pada kondisi baik. Sebanyak 82,9% mengalami dampak negatif dari pandemi, hanya 5,9% pelaku UMKM yang mengalami dampak positif (Katadata Insight Center, 2020).



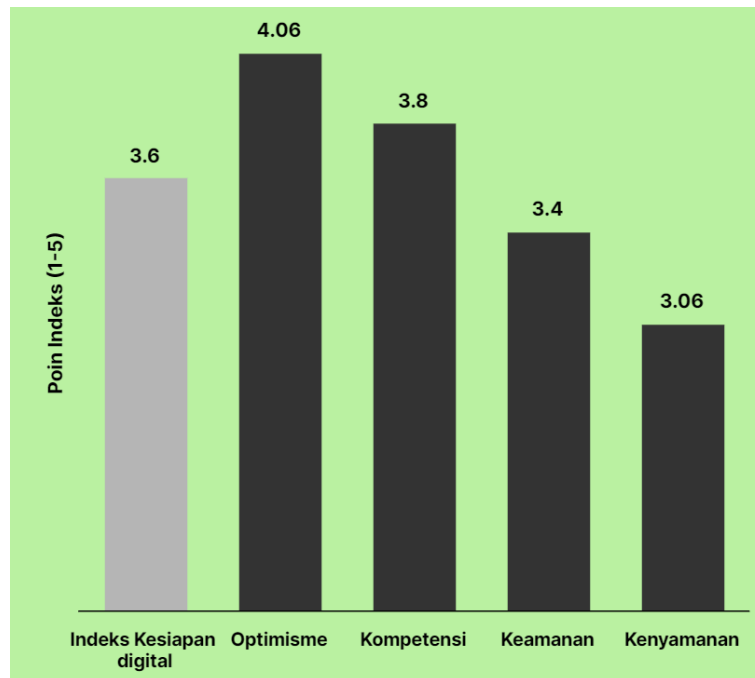
Gambar 1. Dampak pandemi terhadap usaha

Survei Katadata Insight Center juga menunjukkan bahwa salah satu usaha yang dilakukan UMKM untuk mempertahankan usaha adalah melakukan peralihan dari sistem tradisional menjadi sistem digital. Kondisi ini merupakan suatu tantangan bagi UMKM, diperlukan pengetahuan, infrastruktur, modal, maupun kebijakan untuk dapat berkembang dan terlibat di pasar digital (Saprianto, 2020). Media sosial adalah platform yang dapat menjadi sebuah konsep untuk mempermudah pelaku UMKM mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019). Sehingga sangat diperlukan suatu model pemasaran atau bisnis yang mengikuti kemajuan teknologi. Model bisnis ini merupakan kombinasi teknologi digital dan kewirausahaan yang kemudian menghasilkan langkah baru pada kegiatan bisnis (Giones & Brem, 2017).

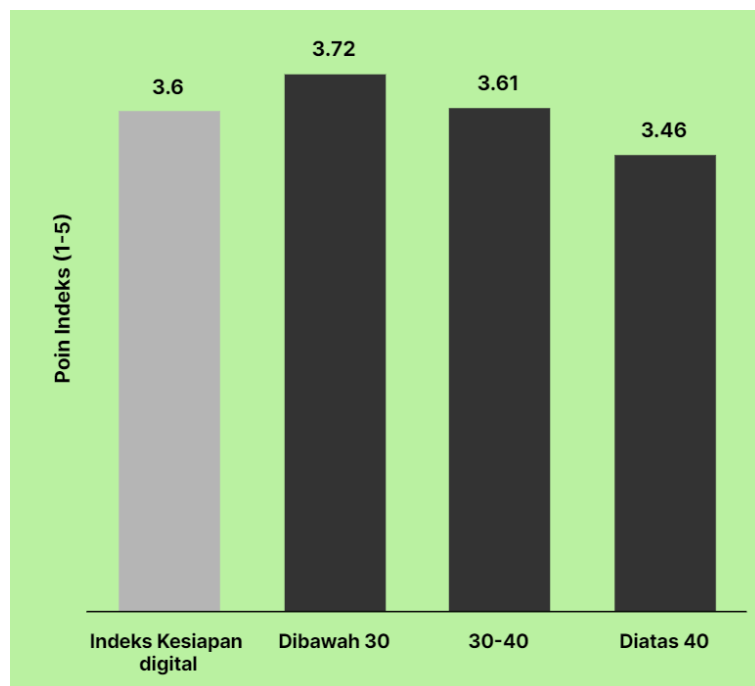
Akan tetapi pengelola UMKM dinilai belum sepenuhnya siap. Dilakukan pengukuran Indeks Kesiapan Digital UMKM dengan indikator pengukuran yaitu indikator optimisme, kompetensi, keamanan dan kenyamanan. Indeks Kesiapan dari UMKM memiliki nilai rata-rata 3,6 masih tergolong menengah dengan skala tertinggi 5. Dari keseluruhan responden pada pengumpulan data ini, yang memiliki Indeks Kesiapan Digital paling rendah adalah yang berusia di atas 40 sedangkan yang paling siap adalah yang berusia di bawah 30. Kedua hal tersebut terlihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.

Secara umum, di negara berkembang seperti Indonesia masalah utama yang dihadapi UMKM dalam prospek pertumbuhannya adalah masalah kurangnya modal, potensi sumber daya manusia, dan teknologi digital (Anggadwita & Mustafid, 2014). Terdapat tiga masalah yang dihadapi oleh UMKM terkait bisnis digital. Masalah pertama adalah hambatan dalam kemampuan produksi barang. Tidak sedikit UMKM yang tidak berhasil melanjutkan bisnisnya karena tidak mampu memproduksi barang dengan kapasitas yang besar. Masalah kedua adalah ketahanan pelaku UMKM dalam menghadapi saingan. Terdapat UMKM yang belum bisa bertahan menghadapi kemajuan digital perusahaan-perusahaan

lain, khususnya perusahaan besar. Masalah ketiga adalah kurangnya literasi mengenai bisnis digital dan kurangnya sumber daya yang paham digital dalam usaha UMKM (Suwarni *et al.*, 2019).



Gambar 2. Indeks kesiapan digital UMKM



Gambar 3. Indeks kesiapan digital berdasarkan usia

Kendala melaksanakan bisnis digital terdapat beberapa alasan, 1,9% karena hanya bisa berjualan secara langsung (*offline*), 3,4% karena saingan yang semakin banyak, 9,7% karena tidak memiliki dana yang cukup, 18,4% karena kendala telekomunikasi di daerahnya tidak layak, 19,9% karena kurangnya tenaga kerja yang siap, 23,8% karena kurangnya pengetahuan pelaku usaha dan sisanya karena pembeli belum mampu menggunakan internet (Katadata Insight Center,

2020). Persentase terbesar dengan memberikan pengetahuan kepada pengusaha dan tenaga kerja tentunya dapat meningkatkan kesiapan UMKM dalam melakukan kesiapan usaha digital dan jangkauan pasar.

Google sebagai perusahaan teknologi terbesar telah berupaya membuat produk untuk memberikan pelatihan kepada pelaku bisnis secara gratis melalui **grow.google**. Salah satu bagian dari **grow.google** adalah *grow your business*, yang merupakan pelatihan dari google terkait aplikasi *Google My Business* (Google Bisnisku). Aplikasi tersebut dapat memudahkan masyarakat mencari informasi tentang bisnis yang dimiliki seseorang (Dwiarta & Choiria, 2017). Google Bisnisku merupakan salah satu platform dari Google yang menawarkan keuntungan berupa tampilan pada hasil pencarian, baik di perangkat handphone maupun komputer. Google Bisnisku juga menampilkan posisi tempat usaha di google map (Sipayung & Priyanto, 2019). Google Bisnisku telah digunakan untuk berbagai pemasaran, contohnya media promosi usaha kuliner (Ridwan *et al.*, 2019), media promosi jasa (Novita & Tarigan, 2022) atau media promosi dari organisasi karang taruna (Merdekawati *et al.*, 2021), serta dapat meningkatkan ranking pencarian Google dari bisnis. Pengabdian kepada Masyarakat ini berupaya memfasilitasi pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan bisnis digital dengan memberikan pelatihan melalui **grow.google**. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Meningkatkan kompetensi pemilik bisnis dengan menggunakan aplikasi "mempelajari keterampilan" pada **grow.google**.
2. Mengajak pemilik bisnis untuk menambah pengetahuan digital marketing melalui tools **grow.google** melalui media periklanan dan penelusuran maps.

## METODE

Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama dua sesi, sesi pertama pada tanggal 16 Juli 2022 dan sesi kedua pada tanggal 23 Juli 2022. Jadwal lengkap kegiatan PkM terdapat pada Tabel I. Kegiatan ini dilaksanakan bersama dengan para pelaku UMKM yang berminat untuk melakukan pendampingan. Pendaftaran difasilitasi melalui google form dan komunikasi melalui WA. Pendampingan dilakukan melalui Zoom meeting dengan fasilitas peserta terbatas paling banyak 30 orang. Diharapkan setelah mengikuti kegiatan ini peserta memperoleh ilmu dan menambah kemampuan yang dapat dipraktikkan dalam mengembangkan bisnisnya. Rekaman kegiatan dapat secara lengkap disimak pada [https://bit.ly/RekamanPkMGrow\\_with\\_Google](https://bit.ly/RekamanPkMGrow_with_Google).

Tabel I. Jadwal pelaksanaan PkM

No	Kegiatan	Waktu Implementasi
1	Persiapan sertifikat fasilitator	April 2022
2	Pendaftaran pelatihan	1 Mei 2022-15 Juli 2022
3	Pelaksanaan webinar	16 Juli 2022
4	Pelaksanaan pelatihan	23 Juli 2022
5	Pendampingan peserta terpilih	28-30 Juli 2022

Alat yang digunakan pada PkM ini adalah *tools* yang disediakan oleh google pada [https://grow.google/intl/id\\_id/use-tools/](https://grow.google/intl/id_id/use-tools/) dan materi keterampilan online pada [https://grow.google/intl/id\\_id/learn-skills/](https://grow.google/intl/id_id/learn-skills/).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya menambah pengetahuan digital marketing bagi pelaku UMKM, maka dapat dilakukan dengan memberikan arahan dan pendampingan bisnis digital. Google sebagai platform digital telah membuat aplikasi meningkatkan pengetahuan bisnis digital, namun belum banyak pengusaha yang berusaha memanfaatkan fasilitas. Padahal telah disediakan secara gratis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengajak pelaku UMKM untuk memanfaatkan fasilitas dengan optimal untuk mengembangkan kompetensi diri. Terdapat dua sesi yang dilaksanakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Flyer kegiatan ini terdapat pada Gambar 4.

Sesi pertama PkM ini adalah sesi webinar di mana terdapat pakar digital *marketing* yang diundang sebagai landasan awal para peserta untuk mengetahui dasar-dasar digital marketing. Kami mengundang Bapak Dian Martin (Ketua Asosiasi Digital Marketing Indonesia) dengan tema “Mengembangkan Bisnis dengan Digital Marketing”. Kegiatan webinar ini dapat dilihat pada Gambar 5. Selanjutnya penyampaian materi pembicara kedua pada sesi pertama disampaikan mengenai pengenalan aplikasi dengan tema “Pengembangan Digital Marketing dengan Grow with Google” oleh Ibu Fanny Novika, M.Si. Sesi kedua membahas tentang penggunaan aplikasi google untuk dapat mengembangkan kemampuan diri serta mengembangkan bisnis dengan pemasaran digital melalui bantuan *grow with google*. Kegiatan webinar ini dapat dilihat pada Gambar 6.

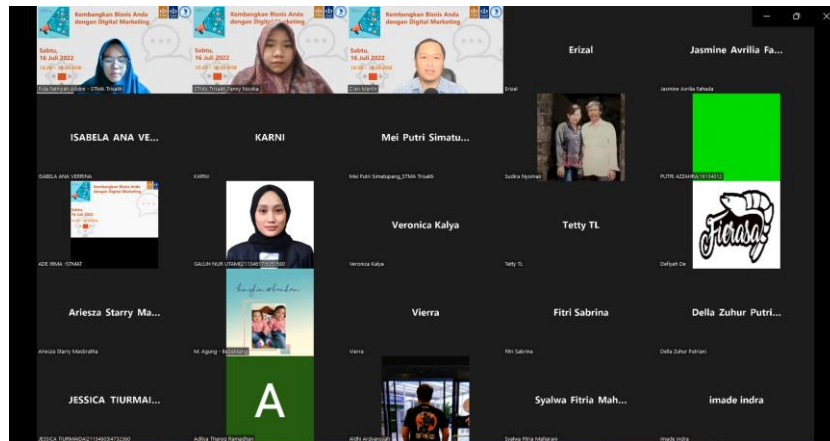


Gambar 4. Flyer Kegiatan



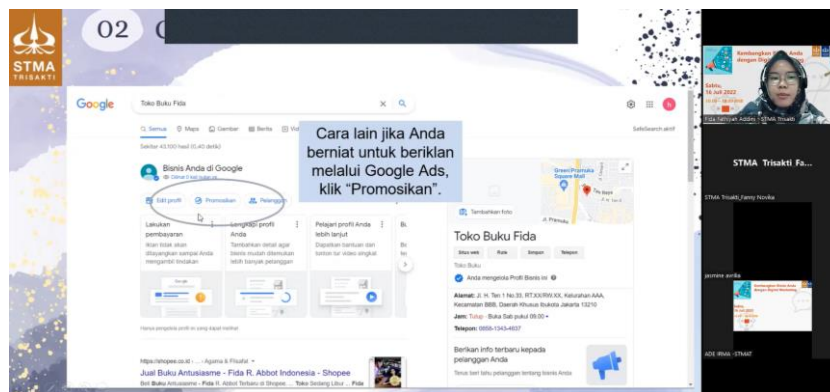
Gambar 5. Webinar digital marketing oleh Bapak Dian Martin



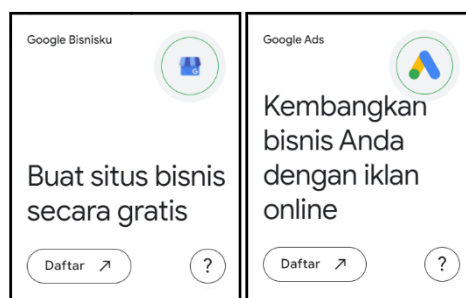


Gambar 6. Webinar digital marketing oleh Ibu Fanny Novika

Sesi kedua pada kegiatan PkM ini adalah materi utama yang dapat digunakan pada grow.google, yaitu pemanfaatan alat secara efisien dan pelatihan daring untuk menggunakan kompetensi. Sesi ini dilaksanakan pada 23 Juli 2022, yang kegiatannya dapat terlihat pada Gambar 7. Pada pemanfaatan alat, hal yang bisa dimanfaatkan adalah membuat profil bisnis di penelusuran dan maps dan pengembangan bisnis melalui iklan. Serangkaian kegiatan tersebut dapat terlihat pada Gambar 8. Selanjutnya para pelaku UMKM juga akan diberikan pendampingan meningkatkan kompetensi melalui sertifikat kompetensi digital dari **google.grow**. Terdapat banyak sertifikat kompetensi yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM, namun pada PkM ini hanya terfokus pada dasar-dasar pemasaran digital terdapat pada laman <https://bit.ly/KeterampilanBisnis>. Aplikasi ini sangat besar manfaatnya, jenis pelatihan lanjutan yang dapat dilakukan oleh peserta PkM dapat dipilih sesuai kebutuhan. Adapun tema-tema lain yang disediakan adalah: 1) menemukan gaya bermedia sosial; 2) cara menarik pelanggan dengan iklan dan data; 3) mengembangkan strategi sosial media secara efektif; 4) mempelajari dasar-dasar digital marketing; 5) Menguasai google ads dan menjangkau audiens baru, dll. Pilihan materi pelatihan ini tersedia pada laman [https://grow.google/intl/id\\_id/learn-skills/](https://grow.google/intl/id_id/learn-skills/).



Gambar 7. Kegiatan Pelatihan Sesi Kedua



Gambar 8. Aplikasi tools pada grow.google

### Aplikasi “mempelajari keterampilan” pada *grow.google*

Pada awal kegiatan sesi 1, dilakukan penyebaran pertanyaan untuk mengetahui bidang pengetahuan awal para peserta webinar. Sebanyak 76,4% peserta webinar belum pernah mengikuti webinar/pelatihan tentang digital *marketing* dan 23,5% pernah mengikuti kegiatan webinar/pelatihan digital *marketing*. Artinya pelatihan ini merupakan wadah yang baik untuk meningkatkan minat para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya melalui digital *marketing*. Untuk mengetahui kemampuan para peserta, pada akhir sesi pertama dilakukan penyebara link google form untuk mengetahui perkembangan pengetahuan peserta. Selanjutnya dilakukan penguraian dari pertanyaan-pertanyaan yang dijawab peserta. Pertanyaan dan data persentasi jawaban benar diuraikan pada Tabel II.

Pertanyaan yang paling banyak jawaban tidak tepat adalah pertanyaan nomor 4, rata-rata peserta memilih jawaban A, sehingga ada kemungkinan adanya ketidaktelitian saat yang ditanyakan adalah “manfaat utama” yang langsung dirasakan yaitu dapat terlihat langsung oleh konsumen sebelum menjual barang secara langsung melalui platform digital. Pertanyaan lainnya telah dijawab benar lebih dari 50%, artinya pengetahuan para peserta tentang digital *marketing* sudah cukup baik.

**Tabel II.** Pertanyaan uji kemampuan peserta terkait digital *marketing*

No	Pertanyaan	Jawaban	Persentase Benar
1.	Menurut anda apakah mengembangkan bisnis melalui platform digital akan memperluas jejaring konsumen? A. Ya B. Mungkin C. Tidak	A	100%
2.	Peningkatan penggunaan internet menghadirkan banyak potensi untuk jenis bisnis apa? A. Semua bisnis B. Pemilik UMKM C. Bisnis internasional D. Bisnis lokal	A	91,7%
3.	Saat melakukan bisnis online, beberapa orang mempertimbangkan langkah berbeda. Saat ingin mulai, langkah apa yang sebaiknya dilakukan? A. Mengirimkan brosur dengan menuliskan alamat web anda ke pelanggan B. Membuat rancangan daftar bisnis yang akan dihadirkan pada situs web/aplikasi online bisnis anda C. Meningkatkan iklan cetak dan billboard D. Membangun tim digital marketing internal	B	91,7%
4.	Apa manfaat utama memiliki platform <i>online</i> untuk menjalankan bisnis anda? A. Memiliki wadah untuk menjual produk secara langsung kepada pelanggan melalui media sosial B. Dapat terlihat oleh calon konsumen saat menelusuri kata kunci dari bisnis seperti milik anda C. Mengirimkan pesan/email kepada pengguna media online untuk menginfokan mengenai produk anda D. Mampu menawarkan diskon promosi kepada pelanggan baru	B	33,3%
5.	Melakukan bisnis online membawa banyak peluang fantastis sehingga dapat membantu bisnis anda dengan cara baru dan menarik. Apabila bisnis anda online, peluang apa yang dapat Anda manfaatkan? A. Menemukan konsumen baru karena semua orang sudah dapat mengakses secara <i>online</i> B. Menjual produk atau layanan Anda langsung dari situs web atau aplikasi belanja anda C. Dapat membuat analitik untuk memperkuat penjualan D. Semua jawaban benar	D	66,7%
6.	Manakah dari pernyataan berikut merupakan langkah yang benar dalam melakukan bisnis online? A. Tetap pada apa yang Anda lakukan jangan membuat perubahan B. Membuat konten yang sama di seluruh pilihan platform online C. Menggunakan analitik untuk membuat keputusan yang tepat D. Menggunakan analitik untuk melacak pelanggan di internet	C	50%
7.	Manakah dari pernyataan berikut yang benar ketika memasarkan bisnis secara online? A. Anda memerlukan situs web untuk muncul di beranda pencarian calon konsumen B. Anda akan mencapai konsumen yang serupa dengan yang anda miliki di dunia nyata secara langsung C. Anda akan dilihat oleh jumlah pelanggan yang sama, baik apabila anda menggunakan iklan atau tidak D. Media sosial adalah cara yang baik untuk mengikat audiens lebih banyak dalam memasarkan bisnis secara online	D	66,7%

### *Tools grow.google melalui media periklanan dan penelusuran maps.*

Selain menambah pengetahuan, pemilik usaha diberikan kesempatan untuk mengiklankan produknya dan membuat penelusuran google maps agar mudah ditemukan oleh calon konsumen. Salah satu peserta yang didampingi secara mendalam adalah Ibu Defiyah yang mempunyai usaha oleh-oleh khas Cirebon dengan brand Fierasa. Produk yang dijual seperti terasi udang, kerupuk udang, atau keripik melinjo. Sejauh ini Fierasa belum maksimal dalam pemasaran secara digital. Fierasa memiliki akun *e-commerce*, namun karena keterbatasan pemahaman pemilik serta para pekerja di Fierasa, akun *e-commerce* tersebut tidak terlalu aktif. Pemasaran yang dilakukan umumnya melalui cara tradisional yaitu dengan mendistribusikan produk ke toko di kota-kota lain. Ibu Defiyah memiliki keinginan yang besar untuk dapat memasarkan Fierasa secara lebih luas melalui pemasaran digital. Penelusuran di google maps dan iklan melalui Google Ads akan membuat Fierasa dikenal secara lebih luas dan disaat yang sama tidak akan terlalu menyulitkan Ibu Defiyah, Hal ini karena iklan Google Ads dapat dihubungkan dengan nomor telepon, sehingga pemesanan produk dapat tetap dijalankan dengan cara yang biasa Ibu Defiyah lakukan.

Pendampingan dilakukan pada hari Sabtu 23 Juli 2022 pukul 16.00-17.00 melalui zoom meeting. Pada pendampingan pembuatan profil bisnis di google, penelusuran di google maps serta beriklan di Google Ads, Ibu Defiyah dibantu oleh anaknya, Adinda, yang kebetulan sedang libur kuliah dan berada di rumah. Tim PkM mendampingi Ibu Defiyah dan Adinda mengisi informasi-informasi yang dibutuhkan pada setiap langkah pembuatan profil atau iklan. Tim PkM juga memberikan tips-tips khusus pada beberapa langkah tertentu, seperti tips penulisan hal-hal yang menarik pembeli pada kalimat utama iklan, lokasi-lokasi yang dianggap baik untuk mengiklankan produk Fierasa, serta kata kunci yang sesuai dengan produk Fierasa. Tahap akhir adalah pemberian saldo awal iklan Google Ads sebesar Rp 300.000 pada iklan Fierasa, dengan saldo tersebut akan diperoleh sekitar 250-350 klik. Saldo akan berkurang setiap ada calon pembeli yang membuka iklan atau melakukan klik pada iklan Fierasa. Kegiatan pendampingan dapat terlihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Kegiatan pendampingan Ibu Defiyah

## KESIMPULAN

Kesimpulan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemilik bisnis dapat meningkatkan keterampilan mengenai digital marketing menggunakan aplikasi **grow.google** pada menu "mempelajari keterampilan". Hal ini dapat terlihat dari pengetahuan akhir para peserta tentang digital marketing sudah cukup baik karena persentasi jawaban yang benar sudah lebih dari 50%. Pemilik usaha bertambah pengetahuannya mengenai **tools grow.google** yaitu dengan



membuat profil bisnis, membuat penelusuran maps lokasi bisnis dan mencoba beriklan dengan media periklanan google. Salah satu pemilik usaha terpilih sudah didampingi hingga berhasil menggunakan tools **grow.google**.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penyelenggaraan PkM ini tentunya tak lepas dari beberapa pihak yang telah berpartisipasi. Tim PkM mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dian Martin selaku Ketua Asosiasi Digital Marketing Indonesia yang telah memberikan ilmunya. Serta kepada Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti, Wakil Ketua bidang Akademik serta Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah memberikan izin dan fasilitas dana pelaksanaan PkM. Secara khusus, kami mengucapkan terima kasih pula kepada para pengelola bisnis. Kami ucapkan terima kasih kepada para peserta yang meluangkan waktunya serta bersedia saling berbagi pengalaman.

## REFERENSI

- Anggadwita, G., Mustafid, Q.Y. 2014. Identification of Factors Influencing the Performance of Small Medium Enterprises (SMEs). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. **115**:415–423. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.448>
- Dwiarta, I.B., Choiria, C. 2017. Google Bisnis, SIM dan SIA Guna Menemukan HPP Sebagai Sarana Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Penamas Adi Buana*. **1**(1):27-38.
- Giones, F., Brem, A. 2017. Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*. **7**(5):44-51. <http://doi.org/10.22215/timreview/1076>
- Ikmal, N.M., Noor, M. 2021. Kebijakan Pemerintah Indonesia Dalam Penanganan COVID-19. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*. **19**(2):155-166. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i2.910>
- Katadata Insight Center. 2020. *Digitalisasi, Strategi UMKM Selamat dari Krisis*. <https://katadata.co.id/katadainightscenter/analisisdata/5f03cf11e0198/digitalisasi-strategi-umkm-selamat-dari-krisis>
- Kemenangan, A.N., Setiawan, L. 2021. Review Review of National Economic Recovery Program in Indonesia. *Jurnal Anggaran dan Keuangan Negara Indonesia (AKURASI)*. **3**(1):72-90. <https://doi.org/10.33827/akurasi2021.vol3.iss1.art97>
- Merdekawati, A., Kurniawan, A., Leidiyana, H., Ghazali, A., Waryono. (2021). Pelatihan Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. **1**(2):66-70. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v1i2.72>
- Nalini, S.NL. 2021. Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*. **4**(1):662-669. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Novita, E., Tarigan, C.U. 2022. Pemanfaatan Platform Google Bisnisku Pada Pemasaran Jasa Make Up Artist Omah Rias Cantika. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*. **9**(1):37-48. <https://doi.org/10.36706/jppm.v9i1.16025>
- Purnomo, F. 2019. Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan UMKM di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*. **6**(2):55-61. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6687>
- Ridwan, I.M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, Sofyan, I. 2019. Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. **2**(1):137-142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i1.4974>
- Saprianto, F. 2020. Dilematis UMKM di Era Digital. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*. **3**(1):21–30. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i1.122>

- Sipayung, E., Priyanto, S.H. 2019. Analisis Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Pengunjung (Studi pada Kampoeng Kopi Banaran, PT. Perkebunan Nusantara IX Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmiah Agrineca*. **19**(2):55-66. <https://doi.org/10.36728/afp.v19i2.901>
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., Mirza, A.H. 2019. Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi. *Ikra-Ith Ekonomika*. **2**(2):39-34.