

Briquette Characteristics of Mixed Charcoal of Taro Peel and Rice Husk
Galuh Murdikaningrum, Mutiara Putri Utami Susanto, Raden Tarisa Nurhanifah, Mualifah (pp:126–136)

Analysis of Interest In Using Electrical Bicycles in Palangka Raya
Vivien Nopella Valentina, Robby, Sutan Parasian Silitonga (pp: 137–144)

The Effect Of H₂O₂ On The Bleaching-Scouring Simultaneous Process Of 100% Cotton Fabric With Pad – Batch System
Luciana, Agni Salamah (pp: 145–153)

Management of Water Quality Parameters In Cultivating Vaname Shrimp (Litopenaeus Vannamei) In Intensive Tambak PT. Aneka Tambak Oseana Nusantara , NTB
Pieter Amalo, Riris Yuli Velentine, Catur Pramono Adi, Restye Putri Geofani Mbura (pp: 154–162)

Analysis of The Ant Number Effects on Ant Colony Optimization for Solving Russia-20-Nodes-SDVRP Instance
Ekra Sanggala, Muhammad Ardhya Bisma (pp: 163–174)

Facilities Re-layout of “X” Health Center
Dini Yulianti, Tombak Gapura Bhagya, Didi Kusvendi (pp: 175–186)

Use of Gold Mine Waste Sand From Penda Pilang Village as Hrs-Base Mixture
Deskianto, Supiyan, Devia (pp: 187–199)

In Vitro Antagonism Test of Endophytic Isolates From The Ciplukan Plant (Physalis Angulata L.) Against Ralstonia Solanacearums
Ika Afifah Nugraheni, Inneke Ashri Mawaddah (pp: 200–210)

Employee Performance Measurement at PT. Cahaya Mekanindo Perkasa Using the Human Resources Scorecard Method
Ilyas Habibi, AuliaFashanah Hadining (pp: 211–219)

The Effect of Temperature Variations in the Pressing Process on Glossing Defects Bigborn 2-Tuck Pants Style 3651 Trousers in the Finishing Department of PT. X
Afriani Kusumadewi, Feny Nurherawati, Filly Pravitarsari (pp: 220–227)

Optimum Splice Thickness Ratio Splicer of a Winding Machine to PE20KT Thread Splicing Quality
Hendri Pujiyanto, Bambang Yulianto, Hamdan S Bintang, Dinda Amelia Pramesti (pp: 228–235)

The Influence of Organizational Culture and Organizational Commitment to Employee Work Discipline at the Bandung City Transportation Service
Moch Ruli Chaerudin, Riza Rizkiah (pp: 236–245)

Feasibility Analysis of Smelter Grade Alumina (SGA) Project Development at PT. X
Dio Rianto, Dedy Setyo Oetomo, Rizky Fajar, Ramdhani (pp: 246–258)

Evaluation of Decision Making on Using Online Media in the D'Amerta Berniaga Bandung Business Group
Alam Avrianto, Ira Murwenie, Rahmina Puspa AR, Dwirani Fauzi L, Abdul Fatah H (pp: 259–265)

5 Year Effectiveness Index From Research Ministry Of Marine And Fisheries
Catur Pramono Adi, Pieter Amalo (pp: 266–273)

Technology Acceptance Model for the Use of Learning Management System in Indonesia
Graha Prakarsa, Elly Komala, Tombak Gapura Bhagya, Safira Noor Andinia (pp: 274–284)

Evaluation of Decision Making on Using Online Media in the D'Amerta Berniaga Bandung Business Group

Evaluasi Pengambilan Keputusan Penggunaan Media *Online* Pada Kelompok Usaha D'Amerta Berniaga Bandung

Alam Avrianto^{1*)}, Ira Murwenie²⁾, Rahmina Puspa AR³⁾, Dwirani Fauzi L.⁴⁾ dan Abdul Fatah H.⁵⁾

^{1*)} Universitas Garut, Jl. Raya Samarang No. 52A Garut 44151

Email: alam.avrianto@uniga.ac.id

²⁾ Universitas Garut, Jl. Raya Samarang No. 52A Garut 44151

Email: iramurwenie@uniga.ac.id

³⁾ Politeknik Pajajaran ICB Jl. Phh Mustofa No. 39 Bandung 40192

Email: rahmina.puspa@poljan.ac.id

⁴⁾ Universitas Garut, Jl. Raya Samarang No. 52A Garut 44151

Email: dwirani@uniga.ac.id

⁵⁾ Universitas Garut, Jl. Raya Samarang No. 52A Garut 44151

Email: abdulfatah@uniga.ac.id

*) *Corresponding author*

Abstract: *An organization/company cannot be separated from decision-making. Intuitive decision-making is highly discouraged if it is not from a reliable source because the level of deviation that occurs can be very large. Therefore, we need a reliable basis for making a decision. The D'Amerta Berniaga business group does not use online media to carry out its business. This has resulted in the underdevelopment of the business being carried out, given the increasingly fierce business competition at this time. However, the decision to use online media is very difficult considering that business owners are housewives and sole implementers in their businesses. This resulted in an increase in workload and a very large amount of time to use online media, causing doubts about the decisions to be taken. Therefore, training on the use of online media was carried out in an effort to overcome this problem. The existence of training makes business owners interested in using online media. The business owner's decision to use online media needs to be evaluated to determine the accuracy of the decisions taken. This study aims to see whether the decisions taken by business owners, namely using online media, are appropriate and able to contribute to their business. The method used is a quantitative method with a descriptive approach. Measurements were made based on the total population of 30 respondents by pretest-posttest. Based on the test results with the paired t-test, it can be seen that the decisions taken, namely using online media, have a significant influence on existing businesses.*

Keywords: *online media, pretest-posttest, paired t-test.*

Abstrak: Suatu organisasi/perusahaan tidak terlepas dari suatu pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan berdasarkan intuisi sangat tidak disukai jika bukan dari sumber terpercaya karena tingkat penyimpangan yang terjadi bisa sangat besar. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu cara yang dapat dipercaya untuk menjadi dasar dalam mengambil suatu keputusan. Kelompok usaha D'Amerta Berniaga tidak menggunakan media *online* dalam melaksanakan usahanya. Hal ini menyebabkan kurang berkembangnya usaha yang dilakukan mengingat persaingan usaha yang semakin ketat saat ini. Namun keputusan menggunakan media *online* sangat berat dilakukan mengingat pemilik usaha adalah ibu rumah tangga dan pelaksana tunggal dalam usahanya. Hal ini berimbas bertambahnya beban kerja serta waktu yang sangat besar untuk menggunakan media *online* sehingga memunculkan keraguan dalam keputusan yang akan diambil. Oleh karena itu, dilaksanakan suatu pelatihan penggunaan media *online* dalam usaha untuk mengatasi masalah tersebut. Adanya pelatihan memberikan ketertarikan pemilik usaha untuk menggunakan media *online*. Keputusan pemilik usaha untuk menggunakan media *online* perlu dilakukan

evaluasi untuk melihat ketepatan dari keputusan yang diambil. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah keputusan yang diambil pemilik usaha yaitu menggunakan media *online* sudah tepat serta mampu memberikan kontribusi pada usahanya. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengukuran dilakukan berdasarkan jumlah populasi sebanyak 30 responden dengan melakukan *pretest-posttest*. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji t berpasangan terlihat bahwa keputusan yang diambil yaitu menggunakan media *online* memberikan pengaruh yang signifikan pada usaha yang ada.

Kata Kunci: media *online*, *pretest-posttest*, uji t berpasangan.

DOI: <http://dx.doi.org/10.37577/sainteks.v%vi%i.587>

Received: 07, 2023. Accepted: 08, 2023.

Published: 09, 2023.

PENDAHULUAN

Jawa Barat (Jabar) sebagai salah satu propinsi di Indonesia yang memiliki jumlah UMKM terbanyak di tahun 2022 memiliki potensi UMKM yang perlu dipertahankan (Putri, 2023). Tingginya minat usaha dalam menunjang kebutuhan hidup serta dengan hanya modal usaha yang kecil menyebabkan perkembangan UMKM tumbuh dengan baik. Kelompok usaha D'Amerta Berniaga merupakan suatu wadah bagi para ibu rumah tangga sekitar dimana setiap anggotanya memiliki minimal satu jenis produk untuk dijual. Namun, pengelolaan usahanya masih belum diatur dengan baik. Hal ini terlihat dari pengelolaan usaha yang hanya dilakukan oleh satu orang mulai dari pengelolaan kebutuhan modal, mencari bahan baku, memproses produk hingga memasarkan dan menjual hasil produksinya sehingga menyebabkan banyak aktivitas tidak berjalan dengan baik.

Pengelolaan usaha yang baik akan menunjang keberlangsungan dari usaha mikro itu sendiri (Bhagya, 2021). Oleh sebab itu, pemilik usaha memiliki peranan penting dalam memajukan usahanya. Salah satu peranan yang perlu diperhatikan yaitu dalam pengambilan keputusan karena pengambilan keputusan dapat dinyatakan sebagai pemilihan alternatif solusi atau tindakan dari sejumlah alternatif solusi atau tindakan yang tersedia dalam menyelesaikan suatu masalah (Prastyawan & Lestari, 2020). Berdasarkan dari hasil pengamatan pada anggota kelompok usaha ternyata masih banyak yang belum menggunakan media *online* dalam menjalankan usahanya. Media *online* secara umum memiliki pengertian segala jenis atau format media yang terdiri atas teks, suara, foto dan video yang bisa diakses melalui internet sebagai wahana komunikasi (Primayuda, 2020). Sedangkan secara khusus media *online* diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs *web* internet (Romli & Kurniawan, 2012). Berdasarkan hasil wawancara pada seluruh anggota kelompok usaha diperoleh informasi bahwa 87% anggota usaha tidak menggunakan media *online* tersebut dikarenakan adanya anggapan atau pemahaman jika menggunakan media *online* maka akan semakin bertambahnya kegiatan yang dikhawatirkan akan mengganggu jalannya usaha.

Pemilik usaha di kelompok usaha D'Amerta Berniaga dengan berbagai macam aktivitasnya sebagai ibu rumah tangga dan pelaku tunggal pemilik usaha lebih mengutamakan kegiatan produksi serta melakukan promosi seadanya di lingkungan tempat usaha tersebut berada. Kondisi ini berbanding terbalik dengan usaha-usaha yang telah ada, dimana sebagian besar mereka telah mensinergikan usaha yang dilakukan dengan media internet untuk memperkenalkan hasil produksi secara luas dan cepat guna mempercepat perkembangan usahanya. Dapat dilihat berdasarkan data pada tahun 2022 bahwa aktivitas transaksi perdagangan daring meningkat hingga 150% (Ray, 2022). Dimana pengguna internet hingga akhir tahun 2022 adalah sebanyak 210,03 juta orang atau setara dengan 77,02% dari total populasi Indonesia (Nurhalisah, 2023). Berdasarkan data tersebut dapat dilihat besarnya potensi yang bisa diraih pengusaha dari media *online*.

Untuk dapat memperkenalkan media *online*, maka dilakukan suatu pelatihan yang berkaitan dengan media *online* yang dibutuhkan oleh kelompok usaha tersebut. Produk yang

dihasilkan oleh anggota kelompok usaha adalah produk makanan sehingga media *online* yang digunakan yaitu melalui media GoFood dan GrabFood. Kedua media tersebut merupakan media yang sudah sangat terkenal dan banyak penggunanya di masyarakat kita sehingga diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi pemilik usaha selain untuk memperkenalkan usahanya juga agar dapat memberikan kemudahan dalam pengiriman pesanan kepada konsumen (Pahlevi, 2022).

Pelatihan terhadap UMKM yang berhubungan dengan digitalisasi telah banyak dilakukan, diantaranya seperti pelatihan yang telah dilakukan oleh Susanti (2020) terhadap UMKM yang ada di Jatinangor. Aspek yang belum ada yaitu peninjauan lebih jauh untuk memberikan dasar keyakinan bagi para pengusaha bahwa jika melakukan kegiatan yang telah diberikan dalam pelatihan akan memberikan keuntungan bagi usahanya. Begitu pula di kelompok usaha D'Amerta Berniaga, dimana adanya pelatihan yang telah dilaksanakan memberikan ketertarikan para pemilik usaha untuk mengambil keputusan menggunakan media *online* dalam menjalankan usahanya. Namun hal ini dirasa perlu dilakukan evaluasi untuk melihat ketepatan hasil dari keputusan yang telah diambil. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi hasil keputusan penggunaan media *online* oleh para pemilik usaha di kelompok usaha D'Amerta Berniaga. Adanya evaluasi ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu dasar keyakinan dari keputusan yang telah diambil tersebut.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif. Metode pelatihan yang diberikan yaitu mengenai pembukaan serta pengelolaan akun pada media sosial (khususnya GoFood dan GrabFood) sebagai dasar usaha. Populasi penelitiannya adalah seluruh anggota kelompok usaha D'Amerta Berniaga sebanyak 30 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara total sampling mengingat jumlah populasi yang sedikit (Sugiyono, 2014). Evaluasi dilakukan guna mengetahui kesesuaian pencapaian kondisi usaha antara sebelum dengan sesudah memutuskan menggunakan media *online*. Data dikumpulkan melalui media kuisisioner dengan jenis data interval serta wawancara mengenai kondisi setiap anggota PKK sebelum dan sesudah menggunakan media *online*. Skor diperoleh dari hasil total pertanyaan dalam kuisisioner dengan indikator tingkat aktivitas serta penjualan sebelum dan sesudah digunakannya media penjualan melalui GrabFood dan GoFood. Desain penelitian yang digunakan yaitu *pretest-posttest one group design* dimana dilakukan tes sebelum dan sesudah penggunaan media *online* pada usaha yang dijalankan oleh kelompok subjek yaitu anggota kelompok usaha (Arikunto, 2011). Berdasarkan jumlah sampelnya maka untuk uji normalitas data menggunakan uji Shapiro-Wilk (Sugiyono, 2014). Rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah sebagai berikut:

$$T_3 = \frac{1}{D} \left[\sum_{i=1}^k a_i (X_{n-i+1} - X_i) \right]^2 \quad (1)$$

Dimana:

$$D = \sum_{i=1}^n (X - \bar{X})^2$$

a_i = koefisien test shapiro wilk

X_{n-i+1} = angka ke $n-i+1$ pada data

X_i = angka ke i pada data

Tahapan kegiatan pada penelitian ini yaitu:

- a. Melakukan pretest mengenai kegiatan produksi, tingkat penjualan serta pemahaman mengenai bisnis online.
- b. Pelaksanaan pelatihan mengenai persiapan alat pendukung, pembuatan akun pada GoFood dan GrabFood, bagaimana cara pengoperasian serta cara membuat rekapitulasi penjualan.
- c. Melakukan posttest dari hasil pelatihan.

Data hasil *pretest-posttest* diuji dengan uji t berpasangan dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{d} - \mu_d}{\frac{S_d}{\sqrt{n}}} \quad (2)$$

Dimana:

- d = selisih diantara masing-masing individu/objek berpasangan
- μ_d = nilai rata-rata perbedaan d populasi dari keseluruhan pasangan data
- \bar{d} = nilai rata-rata dari d
- S_d = nilai standar deviasi dari d
- N = banyaknya pasangan data

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

H_0 = tidak ada pengaruh keputusan penggunaan media *online* terhadap perkembangan usaha.

H_1 = ada pengaruh keputusan penggunaan media *online* terhadap perkembangan usaha.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penilaian terhadap sampel ditentukan oleh nilai hasil *pretest* dan *posttest*. Data hasil *pretest-posttest* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Nilai Sebelum dan Sesudah Menggunakan Media *Online* (*Pretest-Posttest*)

Responden	Bobot	
	Sebelum	Sesudah
R1	60	63
R2	72	76
R3	80	88
R4	65	79
R5	69	78
R6	90	94
R7	75	78
R8	70	72
R9	73	69
R10	87	89
R11	84	89
R12	90	92
R13	72	70
R14	71	73
R15	74	75
R16	71	78
R17	71	75
R18	71	76

Responden	Bobot	
	Sebelum	Sesudah
R19	82	93
R20	85	80
R21	83	89
R22	87	95
R23	70	66
R24	71	82
R25	86	86
R26	80	87
R27	70	76
R28	75	79
R29	80	87
R30	75	80

Data hasil *pretest-postest* perlu dilakukan uji normalitas untuk memenuhi syarat penggunaan uji *t-test*. Adapun hasil perhitungan uji normalitas data dengan menggunakan aplikasi statistik dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
sebelum menggunakan media <i>online</i>	.167	30	.032	.941	30	.095
setelah menggunakan media <i>online</i>	.122	30	.200*	.967	30	.463

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi (alfa) sebesar 5% dan berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai *sig.* kedua variabel lebih besar dari alfa sehingga dapat dikatakan bahwa data sebelum dan setelah menggunakan media *online* adalah berdistribusi normal (Santoso, 2020). Setelah data teruji normal maka dilanjutkan kepada pengujian *t-test* berpasangan untuk mengetahui adanya perubahan dari sebelum dengan sesudah menggunakan media *online*. Hasil perhitungan standar deviasi dan rata-ratanya dengan aplikasi statistik dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 sebelum menggunakan media <i>online</i>	76.3000	30	7.69303	1.40455
setelah menggunakan media <i>online</i>	80.4667	30	8.51665	1.55492

Berdasarkan hasil Tabel 3 terlihat bahwa secara deskriptif ada perbedaan secara rata-rata dari hasil penggunaan media *online* yang dapat dilihat dari nilai mean setelah menggunakan media *online* (postest) yang lebih besar dari nilai mean sebelum menggunakan media *online*

(pretest). Untuk mengetahui ada dan tidaknya perbedaan yang nyata (signifikansi) dengan bantuan aplikasi statistik maka dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	sebelum menggunakan media <i>online</i> & setelah menggunakan media <i>online</i>	30	.421	.021

Berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 5% (0.021) pada Tabel 4 maka menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel pretest (sebelum menggunakan media *online*) dengan variabel posttest (setelah menggunakan media *online*). Untuk hasil perhitungan uji t dengan menggunakan aplikasi statistik dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Paired Samples Test

Pair		Mean	Std. Deviation	Paired Differences		t	df	Sig. (2-tailed)
				Mean	Std. Error			
1	sebelum menggunakan media <i>online</i> - setelah menggunakan media <i>online</i>	-4.16667	8.74971	1.59747	1.59747	-2.608	29	.014

Berdasarkan Tabel 5 terlihat nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (0.014) yang menunjukkan bahwa hipotesis H0 ditolak dan hipotesis H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan rata-rata hasil menggunakan media *online* khususnya penggunaan media GoFood dan GrabFood meningkatkan usaha.

Adanya ketepatan keputusan yang diambil diantaranya karena kurangnya pemahaman serta kenyamanan para pengusaha dalam menjalankan usahanya. Kurangnya pemahaman manfaat penggunaan bisnis digital menyebabkan perolehan dana usaha lebih banyak difokuskan pada pengelolaan produksi serta dividen yang menyebabkan hampir tidak adanya investasi untuk pengembangan usaha selain di luar aktivitas biasanya. Investasi digital yang dilakukan hanya terhadap beberapa media seperti *whatsapp*, sms maupun telpon dalam berinteraksi dengan konsumen yang menyebabkan kurang dikenalnya produk oleh konsumen baru. Pemilik usaha yang seluruhnya perempuan dan bukan merupakan pengusaha seutuhnya menyebabkan kegiatan usaha dilakukan bersamaan dengan kegiatan rumah tangga. Oleh karenanya, kurang bermunculannya strategi-strategi baru dalam mengembangkan serta melakukan persaingan bisnis. Tingkat kenyamanan aktivitas usahanya adalah yang tidak mengganggu fokus utama aktivitas pemilik usaha yaitu aktivitas rumah tangga. Adanya aktivitas tambahan di luar batas nyaman dianggap sebagai hal yang merepotkan serta dipandang hanya menambah kesibukan

saja. Ditambah dengan adanya sisi penilaian dari penggunaan media bisnis digital dimana menimbulkan kekhawatiran pengusaha jika memperoleh nilai yang buruk terhadap usahanya karena informasi akan mudah tersebar serta mempengaruhi tingkat penjualan.

SIMPULAN

Penggunaan uji *t-test* memiliki kelemahan yaitu data harus berdistribusi normal. Data yang tidak berdistribusi normal bisa menggunakan statistik nonparametrik untuk menganalisisnya (Nuryadi, Astuti, Utami, & Budiantara, 2017). Berdasarkan hasil pengujian dengan uji *t* berpasangan dapat disimpulkan bahwa keputusan yang diambil oleh pemilik usaha di PKK Mekar Arum 16 sudah tepat yaitu dengan menggunakan media *online* seperti GoFood dan GrabFood dalam menjalankan usahanya. Meskipun adanya penambahan aktivitas serta biaya namun dengan adanya perubahan sudut pandang berdasarkan pengalaman langsung yang dilalui oleh para pemilik usaha selama menggunakan media *online* menyebabkan kendala tersebut dapat diterima dan dihadapi dengan baik. Penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dengan melakukan penelitian terhadap aspek keuangannya sehingga diharapkan alur keuangan yang ada dapat mengalir secara baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bhagya, T.G. (2021) Analisis Faktor Kualitas Produk Yang Menentukan Kepuasan Konsumen. *Ekonomi*. Volume 3 Nomor 1. Halaman 41-49.
- Nurhalisah, Y. (2023). *Indonesiabaik.id*. Diambil kembali dari Indonesiabaik.id: <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,orang%20pada%20periode%202022%2D2023>.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Pahlevi, R. (2022, Juni 16). *Databoks*. Diambil kembali dari Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/survei-nilai-transaksi-gofood-lebih-besar-dari-shopeefood-dan-grabfood>
- Prastyawan, A., & Lestari, Y. (2020). *Pengambilan Keputusan*. Surabaya: Unesa University Press.
- Primayuda, R. A. (2020). *Media Cetak Dan Online Dalam Milenarianisme*. Dalam Nurudin, *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Malang: PT. Cita Intrans Selaras.
- Putri, A. M. (2023, Februari 7). *cnbcindonesia.com*. Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi>
- Ray. (2022, Februari 25). *Portal Bandung*. Diambil kembali dari Bandung.go.id: <https://www.bandung.go.id/news/read/6142/efek-pandemi-umkm-dan-penjualan-digital-kota-bandung-tumbuh-pesat>
- Romli, A. S., & Kurniawan, I. (2012). *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Santoso, S. (2020). *Panduan Lengkap SPSS 26*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 36 - 50.