

PEMBUATAN INOVASI BARU DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM (*HOME INDUSTRY*) DI DESA ADAT MUNGGU

Ni Nyoman Ayu Indah Sari Dewi¹⁾, Kadek Adi Wibawa²⁾

^{1,2)} Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: adiwibawa@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 menimbulkan kesulitan terhadap pelaku usaha (*Home Industry*) di Desa Adat Munggu khususnya di Banjar Kerobokan, Gang Kedondong No.2 dikarenakan kesulitan dalam pemasaran produk, sehingga pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan hingga mencapai 80%. Kesulitan ini pun juga dikarenakan kurangnya ketrampilan dan ide-ide yang kreatif sehingga membuat produk yang dihasilkan tidak beragam dan monoton, selain itu kurangnya informasi dan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial yang dapat didayagunakan dalam proses pemasaran produk. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tahapan yang meliputi: tahap komunikasi, baik secara daring maupun langsung, tahap edukasi, baik secara daring maupun langsung dan tahap simulasi, yang meliputi pelatihan dan pendampingan. Pengabdian pada masyarakat dalam pembuatan inovasi baru dan pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM (*Home Industry*) di Desa Adat Munggu telah berhasil dilaksanakan dan ditingkatkan melalui komunikasi dan edukasi secara langsung (*offline*), serta pelatihan dan pendampingan.

Kata Kunci: COVID-19, Media Sosial, Home Industry

ANALISIS SITUASI

Desa Adat Munggu merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Provinsi Bali dengan jarak \pm 8km dari pusat Kecamatan Mengwi. Secara geografis Desa Adat Munggu memiliki luas wilayah 719,20 Ha. Desa Adat Munggu berbatasan dengan beberapa daerah di Kecamatan Mengwi dan Tabanan dengan batas wilayah yang meliputi, sebelah utara berbatasan dengan Desa Kaba-Kaba, sebelah selatan berbatasan dengan Samudra Hindia, sebelah timur berbatasan dengan Desa Prerenan dan Desa Tumbakbayuh dan sebelah berbatasan dengan Desa Cemagi.

Berdasarkan data demografis Pemerintahan Desa Adat Munggu, tercatat sebanyak 1.247 kepala keluarga (KK), dengan jumlah penduduk yang terdata per tahun 2019 yakni 6.621 jiwa dengan klasifikasi penduduk jumlah laki-laki sejumlah 3.330 orang dan penduduk perempuan sejumlah 3.291 orang. Organisasi Pemerintah Desa Adat Munggu secara terstruktur terbagi atas 13 (Tiga belas) banjar dinas, 3 desa adat, 17 banjar adat, dan 2 lembaga subak. Pada Desa Adat Munggu terdapat 4 Sekolah

Dasar (SD), 1 Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan 1 Sekolah Menengah Atas (SMA).

Desa Adat Munggu merupakan dataran rendah yang sebagian besar wilayahnya dipergunakan sebagai lahan persawahan. Sehingga sebagian besar mata pencaharian masyarakat adalah petani. Masyarakat Desa Adat Munggu juga bekerja sebagai Peternak, Pegawai Negeri Sipil, Karyawan Swasta dan Wiraswasta. Namun, dengan adanya pandemi Covid-19, menyebabkan segala aktivitas di masyarakat seolah-olah terhenti. Hal tersebut menimbulkan masalah terhadap aspek-aspek penting dalam kehidupan masyarakat yang meliputi kesehatan, ekonomi, dan pendidikan. Namun aspek yang sangat berdampak dari pandemi Covid-19 ialah aspek ekonomi.

Berdasarkan hasil wawancara bersama seorang pelaku usaha (*Home Industry*) di Banjar Kerobokan, Gang Kedondong No. 2, Desa Adat Munggu yaitu Ni Luh Suwerni selaku pemilik UMKM produksi baju mengatakan bahwa usaha produksi baju yang dulunya dipasarkan ke pasar-pasar seni yang ada di Bali, kini tidak dapat dilanjutkan lagi dikarenakan pandemi *Covid-19* yang mengakibatkan pasar-pasar seni tersebut sebagian besar harus ditutup dan usaha yang dimilikinya mengalami penurunan pendapatan, dan masyarakat sasaran atau pelaku usaha terpaksa harus menjual produknya ke kios-kios kecil. Melihat kondisi tersebut, menunjukkan bahwa perlu adanya realisasi pembuatan inovasi baru, khususnya sesuatu yang sangat dibutuhkan dimasa pandemi Covid-19 ini, dan mengenali pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM tersebut. Karena mengingat dimasa pandemi Covid-19 ini, masyarakat harus mampu menguasai teknologi digital sebagai alat memasarkan produknya secara luas baik ditingkat nasional maupun internasional.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi secara langsung dan wawancara ada pun permasalahan pada masa pandemi Covid-19 menimbulkan kesulitan terhadap pelaku usaha (*Home Industry*) di Desa Adat Munggu khususnya di Banjar Kerobokan, Gang Kedondong No.2 dikarenakan kesulitan dalam pemasaran produk, sehingga pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan hingga mencapai 80%. Kesulitan ini pun juga dikarenakan kurangnya ketrampilan dan ide-ide yang kreatif sehingga membuat produk yang dihasilkan tidak beragam dan monoton, selain itu kurangnya informasi dan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial yang dapat didayagunakan dalam proses pemasaran produk . Dengan demikian, maka beberapa masalah yang ditemukan untuk diangkat menjadi sebuah program yaitu:

1. Kurangnya keterampilan dan ide-ide yang kreatif, pelaku usaha perlu melakukan trobosan baru untuk menciptakan inovasi baru, sehingga produk yang dihasilkan menjadi beragam dan tidak monoton.
2. Kurangnya melakukan pengamatan atau obervasi tentang hal-hal yang mungkin dibutuhkan dimasa pandemi covid-19 yang bisa dijadikan peluang bisnis yang menguntungkan untuk pelaku usaha.
3. Kurangnya pengetahuan dan informasi akan pentingnya pemanfaatan media sosial

bagi pelaku usaha untuk menunjang proses pemasaran produk dalam cakupan yang lebih luas.

4. Rendahnya strategi pemasaran produk (*Home Industry*), kurangnya pengetahuan mengenai teknik pemasaran produk online membuat pelaku usaha tidak dapat berkembang.
5. Ketidaktahuan pelaku usaha dalam membuat tawaran-tawaran yang menarik, seperti pembuatan foto produk.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dengan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa hasil penjualan produksi baju mengalami penurunan penjualan mencapai 80% karena kurangnya pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran online, maka kami melakukan pengabdian pada masyarakat dengan memperkenalkan ide-ide yang kreatif untuk pembuatan inovasi baru berupa masker kain sekaligus mensosialisasikan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk secara online dan melakukan pelatihan pemasaran dengan membuat konten-konten seperti : Foto atau Video produk, dan kata-kata yang dapat menarik minat pembeli. Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat, adapun solusi yang dapat kami berikan dan kami tuangkan ke dalam satu program kerja dengan 3 (tiga) spesifikasi kegiatan antara lain:

1. Memperkenalkan ide-ide yang kreatif kepada pelaku UMKM di Banjar Kerobokan, Desa Adat Munggu sebagai langkah awal dalam menciptakan inovasi baru berupa sebuah ide tentang pembuatan masker kain yang lebih efisien.
2. Mensosialisasikan pemanfaatan media sosial sebagai media yang digunakan untuk memasarkan produk secara online dimasa pandemi covid-19 dan seterusnya.
3. Memberikan pelatihan pembuatan promosi untuk produk masker kain dengan membuat konten-konten yang unik atau membuat platform yang menari agar para konsumen berminat untuk membeli produk dari pelaku UMKM (*Home Industry*) ini.

Melalui pengabdian pada masyarakat di Desa Adat Munggu, khususnya bagi pelaku usaha (*Home Industry*) di Banjar Kerobokan, Gang Kedondong No.2 , maka target yang ingin kami hasilkan melalui kegiatan program kerja tersebut yaitu:

1. Masyarakat sasaran dapat meningkatkan hasil pendapatan dari pembuatan inovasi baru tersebut dan dapat mengasah ketrampilannya. Sekaligus menumbuhkan ide-ide yang kreatif untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada.
2. Masyarakat sasaran dapat meningkatkan kesadarannya akan pentingnya pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk.
3. Masyarakat sasaran dapat menambah pengetahuan mereka tentang media sosial dan cara yang digunakan dalam memasarkan produk untuk meningkatkan pendapatan UMKM (*Home Industry*).

METODE PELAKSANAAN

1. Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan kegiatan program kerja pengabdian pada masyarakat di Desa Adat Munggu dilaksanakan melalui proses perencanaan sampai dengan tahap pelaksanaan di mulai tanggal 3 Maret 2021 sampai dengan 14 April 2021, dengan uraian waktu pelaksanaan sebagai berikut:

Tabel 1. Waktu Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Memperkenalkan ide-ide yang kreatif kepada pelaku UMKM (<i>Home Industry</i>) di Banjar Kerobokan, Desa Adat Munggu sebagai langkah awal dalam menciptakan inovasi baru berupa sebuah ide tentang pembuatan masker kain yang lebih efisien.	3 Maret 2021 9 Maret 2021 11 Maret 2021 13 Maret 2021 16 Maret 2021
2	Mensosialisasikan pemanfaatan media sosial sebagai media yang digunakan untuk memasarkan produk secara online dimasa pandemi covid-19 dan seterusnya.	18 Maret 2021 24 Maret 2021 25 Maret 2021
3	Memberikan pelatihan pembuatan promosi untuk produk masker kain dengan membuat konten-konten yang unik atau membuat platform yang menari agar para konsumen berminat untuk membeli produk dari pelaku UMKM (<i>Home Industry</i>) ini.	29 Maret 2021 3 April 2021 5 April 2021 8 April 2021

2. Tempat Pelaksanaan

Berikut adalah uraian tempat pelaksanaan kegiatan program kerja pengabdian pada masyarakat di Desa Adat Munggu, yaitu:

Tabel 2. Tempat Pelaksanaan

No	Kegiatan	Tempat Pelaksanaan
1	Memperkenalkan ide-ide yang kreatif kepada pelaku umkm Home Industry di Banjar Kerobokan, Desa Adat Munggu sebagai langkah awal dalam menciptakan inovasi baru berupa sebuah ide tentang pembuatan masker kain yang lebih efisien.	Linda Garmen, Banjar Kerobokan, Gang Kedongdong No.2, Desa Adat Munggu.
2	Mensosialisasikan pemanfaatan media sosial sebagai media yang digunakan untuk memasarkan produk secara online dimasa pandemi covid-19 dan seterusnya.	Linda Garmen, Banjar Kerobokan, Gang Kedongdong No.2, Desa Adat Munggu.
3	Memberikan pelatihan pembuatan promosi untuk produk masker kain dengan membuat konten-konten yang unik atau membuat platform yang menari agar para konsumen berminat untuk membeli produk dari pelaku UMKM (<i>Home Industry</i>) ini.	Linda Garmen, Banjar Kerobokan, Gang Kedongdong No.2, Desa Adat Munggu.

3. Metode Pelaksanaan

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, metode pendekatan yang di gunakan adalah pendekatan partisipatoris, yang di mana partisipasi masyarakat kini dapat diakomodasi oleh teknologi, informasi dan komunikasi (Tundjungsari, 2011:42- 43). Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tahapan yang meliputi:

- a. Tahap komunikasi, baik secara daring maupun langsung.
- b. Tahap edukasi, baik secara daring maupun langsung.
- c. Tahap simulasi, yang meliputi pelatihan dan pendampingan.

Tahap komunikasi mengenai pembuatan inovasi baru yang dilaksanakan sebanyak 5 kali secara langsung, lalu dilanjutkan dengan tahap edukasi mengenai pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM yang dilaksanakan sebanyak 3 kali secara langsung di Linda Garmen, Banjar kerobokan Gang Kedondong No.2, sedangkan untuk tahap simulasi yang meliputi pelatihan yaitu memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran menggunakan platform yang dilaksanakan sebanyak 4 kali di Linda Garmen, Banjar kerobokan, Gang Kedondong No.2. Penjabaran metode pelaksanaan disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. Metode Pelaksanaan

No	Kegiatan	Metode Pelaksanaan
1	Memperkenalkan ide-ide yang kreatif kepada pelaku UMKM <i>Home Industry</i> di Banjar Kerobokan, Desa Adat Munggu sebagai langkah awal dalam menciptakan inovasi baru berupa sebuah ide tentang pembuatan masker kain yang lebih efisien.	Komunikasi secara langsung.
2	Mensosialisasikan pemanfaatan media sosial sebagai media yang digunakan untuk memasarkan produk secara online dimasa pandemi covid-19 dan seterusnya.	Komunikasi dan Edukasi secara langsung.
3	Memberikan pelatihan pembuatan promosi untuk produk masker kain dengan membuat konten-konten yang unik atau membuat platform yang menari agar para konsumen berminat untuk membeli produk dari pelaku UMKM (<i>Home Industry</i>) ini.	Pelatihan dan pendampingan secara langsung.

Pada kegiatan memperkenalkan ide-ide yang kreatif untuk menciptakan inovasi baru kepada pelaku umkm (*Home Industry*) di Banjar Kerobokan, Desa Adat Munggu sebagai langkah awal dalam menciptakan inovasi baru. Dengan memberikan contoh-contoh gambar model Masker Kain sekaligus memilih bahan- bahan yang nyaman untuk dijadikan masker kain namun dengan harga yang terjangkau dikalangan masyarakat luas. Setelah pembuatan inovasi baru selesai, dilanjutkan dengan mensosialisasikan pemanfaatan media sosial sebagai media yang sangat efektif digunakan untuk melakukan pemasaran sebuah produk bagi pelaku UMKM di masa pandemi covid-19 dan seterusnya, sekaligus mengajarkan membuat akun bisnis di aplikasi Instagram ,lalu memperkenalkan sebuah marketplace di aplikasi Facebook yang banyak digunakan untuk melakukan pemasaran secara *online*. Selain itu, memberikan pelatihan mengenai cara memasarkan produk Masker Kain di media sosial, seperti mengajarkan membuat konten-konten yang kreatif berupa foto produk yang unik, dan pembuatan kata-kata untuk platform yang menarik agar para konsumen tertarik dan berminat untuk membeli

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

1. Ketercapaian Kegiatan

Pengabdian pada masyarakat dalam pembuatan inovasi baru dan pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM (*Home Industry*) di Desa

Adat Munggu telah berhasil dilaksanakan dan ditingkatkan melalui komunikasi dan edukasi secara langsung (*offline*), serta pelatihan dan pendampingan.

Tabel 4. Ketercapaian Kegiatan

No	Tema	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi Ketercapaian
	Pengabdian Masyarakat dalam pembuatan inovasi baru dan pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM (<i>Home Industry</i>) di Desa Adat Munggu.	Memperkenalkan ide-ide yang kreatif kepada pelaku umkm Home Industry di Banjar Kerobokan, Desa Adat Munggu sebagai langkah awal dalam menciptakan inovasi baru yang berupa contoh-contoh gambar model Masker Kain sekaligus bahan-bahan yang nyaman untuk dijadikan masker kain namun dengan harga yang terjangkau dikalangan masyarakat luas	100%
		Mensosialisasikan pemanfaatan media sosial sebagai media yang sangat efektif digunakan untuk melakukan pemasaran sebuah produk bagi pelaku UMKM di masa pandemi covid-19 dan seterusnya, sekaligus mengajarkan membuat akun bisnis di aplikasi Instagram ,lalu memperkenalkan sebuah marketplace di aplikasi Facebook yang banyak pemasaran, dan juga	100%
		Memberikan pelatihan promosi produk dari masker kain dengan membuat konten-konten yang menarik seperti melatih membuat foto produk yang sederhana namun dapat menarik minat konsumen dan pembuatan postingan atau platform	100%

	dengan kata-kata yang menarik	
--	-------------------------------	--

Adapun faktor pendukung keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam Pembuatan Inovasi Baru dan Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UMKM (*Home Industry*) di Desa Adat Munggu ialah masyarakat sasaran utamanya yaitu pelaku UMKM (*Home Industry*) yang awalnya belum terpikirkan untuk menciptakan inovasi baru dikarenakan di masa pandemi Covid-19 ini produksi baju mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis hingga mencapai 80%, sehingga dengan memberikan ide-ide yang kreatif untuk menciptakan inovasi baru berupa masker kain merupakan salah satu terobosan baru yang dapat dilakukan karena disamping penggunaannya yang sangat diperlukan oleh masyarakat tetapi bahan yang digunakan juga sangat mudah didapatkan dan lebih efisien. Dengan dibuatnya inovasi baru ini pelaku usaha menjadi semakin kreatif dan sangat berminat untuk membuat masker kain tersebut. Selain memberikan ide-ide untuk membuat inovasi baru, pelaku UMKM (*Home Industry*) juga belum tahu mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran secara online, dan belum paham cara memasarkan produk yang menarik. Oleh karena itu, dengan adanya sosialisasi dan pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran, pelaku umkm memiliki pengetahuan yang lebih dalam tentang media sosial dan menaruh minat terhadap penggunaan media sosial sebagai salah satu media yang sangat cocok untuk melakukan pemasaran produk dikarenakan banyak masyarakat luar yang lebih suka untuk berbelanja online. Dalam pelaksanaan kegiatan, sesuai anjuran protokol kesehatan yaitu meminimalkan pertemuan langsung. Adapun, faktor penghambat kegiatan adalah dibatasinya pertemuan dan keterbatasan waktu untuk bertemu secara langsung dalam mengadakan simulasi yang meliputi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan mengenai pembuatan inovasi baru dan pemanfaatan media sosial tersebut, sehingga kegiatan dibuat secara singkat, padat dan jelas .

2. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat dalam Pengabdian Masyarakat dalam Pembuatan Inovasi Baru dan Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UMKM (*Home Industry*) di Desa Adat Munggu sangat tinggi, terbukti dengan disambut baiknya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Masyarakat sasaran yaitu pelaku usaha sangat antusias saat dijabarkan mengenai program kerja yang akan dilaksanakan, serta turut dalam membantu pelaksanaan kegiatan program kerja. Saat dilaksanakan pembuatan inovasi baru, masyarakat sasaran sangat menaruh minat terhadap pembuatan masker kain tersebut, terbukti dengan bagaimana masyarakat sasaran sangat menaruh perhatian ketika proses pembuatan masker kain tersebut. Selain itu, saat dilaksanakan sosialisasi mengenai pemanfaatan media sosial dan pelatihan pemasaran produk online, masyarakat sasaran sangat bersemangat dalam memahami pentingnya penggunaan media sosial sebagai media pemasaran, karena sangat mudah

dan tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak.. Tidak hanya demikian, masyarakat sasaran juga meminta untuk rekomendasi aplikasi apa saja yang bias dijadikan referensi dalam pembuatan konten-konten produk yang kreatif.



Gambar 1. Kegiatan Pembuatan Inovasi Baru Bersama Pelaku UMKM (*Home Industry*) di Desa Adat Munggu.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial dan Pelatihan Pembuatan Konten-Konten Produk yang Unik Bersama Pelaku UMKM (*Home Industry*) di Desa Adat Munggu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar di Desa Adat Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung secara umum terlaksana dengan baik dan lancar. Kesimpulan yang dapat diperoleh melalui pelaksanaan program kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam Pembuatan Inovasi Baru dan Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UMKM (*Home Industry*) di Desa Adat Munggu dalam tujuannya adalah untuk memperkenalkan ide-ide kreatif, memperluas pengetahuan masyarakat sasaran mengenai penggunaan teknologi dan internet untuk kepentingan-kepentingan yang lebih berguna dan bermanfaat dimasa Pandemi Covid 19 ini dan membantu memaksimalkan strategi pemasaran produk melalu konten –konten yang menarik. Dengan dibuatkannya inovasi baru dan sosialisasi pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran ini

diharapkan dapat membantu masyarakat sasaran dalam menjalankan usahanya baik itu secara *offline* maupun *online*.

Program Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar telah terealisasi 100%, besar harapan saya dengan berangkat dari hasil kegiatan yang telah saya laksanakan. Pembuatan inovasi baru berupa masker kain tersebut untuk seterusnya dapat diproduksi dan dipasarkan lebih banyak lagi. Adapun pemanfaatan media sosial seperti : Facebook, Instagram agar dipergunakan secara maksimal, sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang pesat dan dikenal oleh banyak orang baik itu tingkat nasional maupun international.

DAFTAR PUSTAKA

- Pusat Kajian Pemberdayaan Masyarakat dan Kuliah Kerja Nyata. 2021. Panduan Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana Covid-19. *Panduan*. Universitas Mahasaraswati. Denpasar.
- Anissa Hakim Purwantini, Fritina Anisa. (2018). Analisis Pemanfaatan Social Commerce bagi UMKM: Antecedent dan Konsekuensi. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*. XVI(1), 47-63.
- Sunaryo, D. (2020). Pembuatan Masker Kain Sebagai Pencegahan Penularan Virus serta Mengoptimalkan Pendapatan di Masa Pandemi COVID-19 bagi Masyarakat di Desa Sukaratu. *Jurnal Abdidas*, 1(4), 183- 192.
<https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i4.40>. (Diakses 29 Juli 2020).
- Yusa, Viola De & Risqa JL, Ana (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pengembangan Usaha Bagi Komunitas Kuliner Sehat. *Jurnal Dharma Bhakti STIE Ekuitas*. <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/426>. (Diakses 17 Desember 2018)
- Badan Pusat Statistik. (2014). Tabel perkembangan UMKM pada periode 1997- 2012. Diakses pada 12 September 2015 dari <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1322>
- Arista, Yuliana & Kustiningsih (2020). Strategi Inovasi Baru Terhadap Peningkatan Profit Dimasa Pandemi Pada UMKM Our Mask : *Jurnal of accounting and Financial Issue*.
[.https://ejournalwiraraja.com/index.php/JAFIS/article/download/1265/978](https://ejournalwiraraja.com/index.php/JAFIS/article/download/1265/978)
. (Diakses 2 Oktober 2020)
- Romdomy, J & Rosmadi, Nara, L.M (2018). Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis, Vol.1, No.2. <https://media.neliti.com/media/publications/267974-peran-media-sosial-dalam-mendukung-pemas-118e37b9.pdf>.
- Choi, N., Huang, K-Y., Palmer, A., & Horowitz, L. (2014). Web 2.0 use and knowledge transfer: how social media technologies can lead to organizational innovation. *Electronic Journal of Knowledge Management* 12 (3): 174-184.
- Priambada, S. (2017). Potensi Media Sosial bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

di Malang Raya. Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, 243.

Syastra, M. T. (2017). Penggunaan Media Sosial sebagai New Marketing Strategy Tool pada Usaha Kecil Menengah. ISSN: 2477-4944, Volume 3, (pp. 111-120).