



## Upaya Optimalisasi Pemasaran Digital Dan Penjualan Online Melalui Sosialisasi Dan Pendampingan Aplikasi E-Peken Bagi UMKM di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya

<sup>1</sup>Silvia Anisah Lubis, <sup>2</sup>Ety Dwi Susanti

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Negeri Veteran Jawa Timur, Jl.Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur  
Email : <sup>1</sup>silviaanisahlubis@gmail.com, <sup>2</sup>etydwisantoso@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini membahas upaya untuk meningkatkan pemasaran digital dan penjualan online bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya. Fokus utamanya adalah memperkenalkan dan mendampingi penggunaan aplikasi E-PEKEN, sebuah *platform* penjualan online yang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Surabaya. Tujuan penelitian adalah untuk membantu UMKM beradaptasi dengan era digital dan memperluas jangkauan pasar mereka. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi tentang pentingnya pemasaran digital, pelatihan penggunaan E-PEKEN, dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Penelitian ini juga menganalisis tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi baru, seperti kurangnya pengetahuan digital dan keengganan untuk berubah. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan kesadaran dan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan *platform* digital untuk bisnis mereka. Namun, masih ada kendala yang perlu diatasi, termasuk keterbatasan sumber daya dan infrastruktur. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendampingan berkelanjutan dan dukungan pemerintah sangat penting untuk memastikan keberhasilan UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran digital dan penjualan online.

**Kata Kunci :** E-Peken, Sosialisasi, UMKM

### Abstract

*This research discusses efforts to improve digital marketing and online sales for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Genteng District, Surabaya City. The main focus is on introducing and assisting in the use of the E-PEKEN application, an online sales platform developed by the Surabaya City Government. The research aims to help MSMEs adapt to the digital era and expand their market reach. The methods used include socialization about the importance of digital marketing, training on the use of E-PEKEN, and direct assistance to MSME owners. This study also analyzes the challenges faced by MSMEs in adopting new technologies, such as lack of digital knowledge and reluctance to change. The research results show an increase in awareness and ability of MSMEs in utilizing digital platforms for their businesses. However, there are still obstacles that need to be overcome, including limited resources and infrastructure. This research concludes that ongoing assistance and government support are crucial to ensure the success of MSMEs in optimizing digital marketing and online sales.*

**Keywords:** E-Peken, Socialitation, UMKM

### PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 mengklasifikasikan UMKM ke dalam tiga kategori: Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah. Masing-masing kategori memiliki definisi dan kriteria tersendiri, dengan Usaha Mikro dan Kecil umumnya merupakan usaha mandiri milik individu atau badan usaha perorangan, sementara Usaha Menengah memiliki skala yang lebih besar namun tetap independen dari perusahaan besar. UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja. Data tahun 2019 dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan adanya 65,4 juta UMKM yang mampu menyerap 123,3 ribu tenaga kerja, membuktikan kontribusi signifikan sektor ini dalam mengurangi

pengangguran. Perkembangan UMKM terus menunjukkan tren positif dengan peningkatan jumlah setiap tahunnya, berdampak baik pada ekonomi nasional. Kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional yang mencapai 60,5% mengindikasikan potensi besar sektor ini untuk dikembangkan lebih lanjut, demi meningkatkan perannya dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Surabaya, ialah salah satu kota padat penduduk di Indonesia, memiliki populasi UMKM yang signifikan dengan jumlah mencapai 60.007 unit. Meskipun jumlahnya besar, sektor perdagangan UMKM di Kota Surabaya menghadapi tantangan unik, terutama sejak tahun 2021. Pada periode tersebut, terjadi pergeseran paradigma dalam pola transaksi penjualan, dari metode konvensional menuju sistem digital. Transformasi ini mengharuskan para pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren penjualan yang sedang berlangsung. Menyadari urgensi situasi ini, Pemerintah Kota Surabaya mengambil inisiatif untuk berperan aktif dalam mengupayakan kesadaran tentang urgensi pemasaran digital di kalangan UMKM. Tujuannya adalah untuk membantu UMKM memperkaya jangkauan pemasaran produk utama mereka melalui *platform e-commerce*. Langkah proaktif pemerintah kota ini mencerminkan upaya untuk mendukung UMKM dalam menghadapi era digital, sekaligus memastikan bahwa sektor ini tetap kompetitif dan mampu berkontribusi terhadap perekonomian lokal di tengah perubahan lanskap bisnis yang dinamis.

*E-commerce* adalah jenis perkembangan teknologi informasi di bidang bisnis yang bertujuan untuk membeli, menjual, dan bertukar barang, layanan, atau informasi melalui internet (Fajarwati, 2020). Peningkatan jumlah pengguna internet Indonesia mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa konsumen sekarang dapat melakukan pembelian online tanpa harus pergi ke toko langsung (Hariono, 2019). Pelaku usaha merasakan manfaat yang signifikan dari berbisnis secara online dibandingkan dengan bisnis konvensional karena *e-commerce* menjadi sarana UMKM untuk memperluas pasar saat ini dan karena biaya dan waktu yang dihabiskan lebih sedikit saat berbisnis secara online dibandingkan dengan bisnis konvensional (Dinar, 2022). Untuk mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Kota Surabaya, pemerintah meluncurkan aplikasi *e-commerce* yang disebut Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo (E-PEKEN) pada tahun 2021 lalu. Aplikasi ini memungkinkan masyarakat membeli barang-barang berkualitas tinggi yang diproduksi oleh UMKM Kota Surabaya (Rendra, 2022).

Kecamatan Genteng merupakan lokasi dimana penulis akan melakukan pendampingan dan sosialisasi yang mana penentuan lokasi ditentukan oleh tempat penulis melakukan aktivitas magang program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya, dengan fokus utama wilayah yang dipilih oleh penulis adalah Kelurahan Genteng, Kelurahan Ketabang, dan Kelurahan kapasai yang berfokus untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas UMKM khususnya di bidang pemasaran melalui E-Peken dengan memilih UMKM mana yang berpotensi dan bersedia untuk dilakukan sosialisasai dan pendampingan pembuatan E-Peken. Kecamatan Genteng ialah daerah yang mempunyai keunggulan sangat berpotensi untuk dilakukan perkembangan dan peningkatan kualitas UMKM, dari segi lokasi yang strategis berada di tengah dan jantung kota Surabaya, dimana hal ini sangat menguntungkan UMKM baik dari *awareness* dan kemudahan melakukan penjualan maupun melakukan kegiatan operasional UMKM karena letak yang strategis dan memudahkan jangkauan pembeli, ataupun penikmat produk UMKM. Dari hasil survey penulis ketiga terjun langsung di lapangan mayoritas dari pemilik usaha UMKM di Kecamatan Genteng merupakan UMKM yang sudah ada di bawah asuhan dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (DINKOPDAG) Kota Surabaya, tetapi yang menjadi fokus penulis adalah UMKM yang belum dan masih membutuhkan pendampingan untuk melakukan peningkatan kualitas operasional UMKM salah satunya adalah pembuatan dan *awareness* akan pentingnya E-Peken sebagai penunjang kegiatan operasional UMKM. Beberapa UMKM di Kecamatan Genteng merupakan ibu rumah tangga yang fokus dan tujuan kegiatan berjualan untuk membantu peningkatan ekonomi keluarga yang mana hal ini menjadi fokus utama penulis karena

kondisi pemilik UMKM belum mengetahui teknologi di bidang bisnis. Umumnya pemilik UMKM hanya berjualan secara tradisional di pinggir jalan atau di sekitar lokasi produksi, adapun penjualan secara online dilakukan hanya sebatas menggunakan status WhatsApp dan by pesanan di WhatsApp, yang mana hal ini hanya menjangkau sedikit orang untuk mengetahui produk UMKM tersebut. Dengan inovasi E-PEKEN yang diprogram oleh Kepemerintahan Kota Surabaya dan saran dari DINKOPDAG, penulis melakukan pendampingan dan sosialisasi untuk UMKM yang membutuhkan pendampingan dan informasi terkait pembuatan E-Peken. Tujuan dari program magang MSIB ini adalah agar para pelaku UMKM Kecamatan Genteng dapat mengikuti perkembangan dunia bisnis dan memudahkan pemilik UMKM melakukan pemasaran digital dan penjualan online dengan mendaftarkan akun E-PEKEN.

## METODE PENELITIAN

Untuk melaksanakan kegiatan magang MSIB dengan melakukan kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini, tiga pendekatan digunakan, yaitu dan wawancara, sosialisasi, dan pendampingan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkuat keingintahuan dan kesadaran masyarakat tentang potensi pengembangan usaha dan kemajuan melalui penggunaan *e-commerce*.

### 1. Survey dan Wawancara

Metode ini peneliti melibatkan pengusaha kecil dan menengah (UMKM) di empat kelurahan di Surabaya, yaitu Genteng, Ketabang, dan Kapasari. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah mereka masih menjalankan bisnis dengan cara lama atau sudah menggunakan teknologi observasi modern. Peneliti juga mewawancarai beberapa perwakilan UMKM untuk membahas topik-topik seperti penjualan online, membangun merek, dan pemasaran digital. Selain itu, mereka ingin memahami alasan mengapa sebagian pengusaha belum menerapkan metode-metode bisnis modern tersebut. Dengan cara ini, peneliti berharap bisa mendapatkan gambaran yang jelas

### 2. Analisis Kebutuhan dan Problem

Metode ini peneliti mengolah data hasil wawancara dan observasi yang dilakukan sebelumnya, lalu mengategorikan kebutuhan yang dibutuhkan oleh masing-masing UMKM dan problem serta kendala yang dialami oleh beberapa UMKM yang nantinya akan dapat menghambat proses sosialisasi dan pendampingan. Dari hasil analisis ini nantinya akan dilakukan perancangan kegiatan sosialisasi dan pendampingan yang berbeda tergantung kebutuhan dan problem masing-masing UMKM di Kecamatan Genteng.

### 3. Sosialisasi

Metode ini diambil agar para pelaku UMKM mampu mengerti maksud dari bisnis digital itu. Metode sosialisasi ini diajarkan bersama dengan pendamping magang penulis yang berasal dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (DINKODAG) Kota Surabaya yaitu Bu Rizky Febrianti selaku pendamping UMKM di wilayah Kecamatan Genteng. Sebagai Pemateri sosialisasi mengenai pentingnya pembuatan E-Peken dan legalitas usaha seperti NIB dan Sertifikasi Halal yang menjadi fokus utama peningkatan kualitas UMKM khususnya di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, penyampaian sosialisasi ini dilakukan di 3 Tempat yakni di Kampung Herbal Candirejo yang diikuti oleh 15 UMKM, Kampung Wisata Ketandan yang diikuti 11 UMKM, dan Kampung Lumpia Kapasari yang diikuti oleh 13 UMKM.

### 4. Pendampingan

Metode ini menunjukkan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyiapkan berkas dan mengisi formulir pendaftaran aplikasi E-PEKEN untuk dikirim ke Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan kota Surabaya guna pendirian akun E-PEKEN. Metode ini juga memandu para pelaku UMKM tutorial pengaplikasian aplikasi E-PEKEN, contohnya mengisikan produk yang akan mereka jual dan apa yang wajib dilaksanakan jika orang berbelanja produk tersebut. Dengan demikian, para UMKM dapat memperoleh keuntungan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan magang bersertifikat MSIB di DINKOPDAG Kota Surabaya yang berkecimpung di bidang Pemberdayaan Usaha Mikro (PUM) di bagian Pendampingan UMKM naik kelas dengan fokus aspek pemasaran telah dilaksanakan selama 5 bulan dengan total 4 bulan terjun langsung di lapangan berhadapan dengan UMKM dengan melakukan pendampingan. Dimulai dari tanggal 16 Februari 2024 dan berakhir di tanggal 30 Juni 2024. Arah dari acara ini agar para pemilik UMKM Kecamatan Genteng khususnya adalah para pemilik UMKM di Kelurahan Genteng, Kelurahan Ketabang, dan Kelurahan Kapasari, Kota Surabaya.

Pada tanggal 6 Maret 2024 penulis bersama dengan mahasiswa magang yang melakukan pendampingan di Kecamatan Genteng bersama dengan Pendamping Magang DINKOPDAG Bu Rizky melakukan kunjungan pertama di Kantor Kecamatan Genteng menemui Bu Mulat dan Bu Rohmi sebagai bentuk pemberitahuan dan permintaan izin untuk melakukan kegiatan pendampingan dan sosialisasi untuk para pelaku UMKM di Kecamatan Genteng. Selanjutnya pada tanggal 8 Maret 2024 melakukan kunjungan pertama dan permintaan izin ke kelurahan yakni Kelurahan Genteng, Ketabang, dan Kapasari bersama dengan mahasiswa magang yang bertugas di Kecamatan Genteng. Kegiatan observasi, survey dan wawancara dilakukan secara mandiri dimulai pada tanggal 13 Maret 2024 sampai dengan tanggal 27 Maret 2024 dan diketahui bahwasanya mayoritas para pemilik UMKM tetap berniaga melalui offline yakni di tepi jalan ataupun di daerah sekitar tempat tinggal, adapun yang berjualan di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Genteng, teknologi digital yang ditujukan hanya memanfaatkan WhatsApp yang difungsikan sebagai alat pembelian produk serta pemasaran manual melalui status WhatsApp dan belum memanfaatkan *e-commerce* dalam berbisnis, hanya sedikit UMKM yang sudah memanfaatkan namun masih belum mendapatkan penjualan produk di sana. Penulis juga melakukan wawancara ke berbagai para pelaku UMKM untuk mengetahui masalah yang sedang dihadapi serta alasan mengapa pelaku bisnis masih menggunakan cara yang tradisional, dari wawancara tersebut didapati alasan masih menggunakan penjualan secara tradisional karena kurangnya pengetahuan, informasi dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi baik yang umum digunakan dan juga teknologi *e-commerce* yang diciptakan oleh Pemerintah Kota Surabaya yakni E-Peken.



**Gambar 1.** Kegiatan Survey dan Wawancara

Hasil dari observasi dan wawancara, penulis menganalisis masalah dan kebutuhan masing-masing pelaku UMKM. Mereka juga membuat program kerja untuk membantu para UMKM di Kecamatan Gnteng menggunakan *e-commerce*. Kami berkolaborasi dengan pendamping magang DINKOPDAG, yang merekomendasikan untuk memanfaatkan aplikasi E-Peken guna acara pendampingan tersebut. Pemerintah Kota Surabaya membuat aplikasi telepon bernama E-Peken. Tujuan dari aplikasi ini adalah untuk menghubungkan pelanggan dengan toko dan UMKM di Kota Surabaya. E-Peken ini pertama kali dirilis pada tanggal 31 Oktober 2021 (Alysia, 2021). Salah satu alasan mengapa aplikasi ini dipilih adalah karena memungkinkan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan Aparatur Sipil Negara (ASN) guna memesan karya UMKM melalui aplikasi E-Peken.

Penulis, bersama rekan-rekan mahasiswa magang dan Bu Rizky dari DINKOPDAG, mengadakan acara sosialisasi untuk UMKM di Kecamatan Genteng. Acara ini bertujuan untuk memperkenalkan E-Peken (*platform e-commerce*) dan cara mengurus legalitas usaha seperti NIB dan Sertifikasi Halal. Kegiatan ini diadakan karena banyak pengusaha UMKM di daerah tersebut belum paham tentang cara memanfaatkan teknologi digital dalam bisnis mereka, terutama penggunaan *e-commerce*. Dalam acara ini, peserta diberi penjelasan dasar tentang E-Peken, termasuk manfaatnya bagi bisnis dan dokumen apa saja yang diperlukan untuk mendaftar. Setelah presentasi, ada sesi tanya jawab agar peserta bisa lebih memahami materi yang disampaikan. Para pengusaha UMKM juga diminta membawa contoh produk mereka ke acara ini. Setelah sosialisasi, penulis dan Bu Rizky membantu memotret produk-produk tersebut untuk keperluan pendaftaran E-Peken dan sertifikasi Halal. Selain itu, mereka juga mendata kesiapan dokumen para peserta untuk proses pendaftaran E-Peken dan Sertifikasi Halal.



**Gambar 2.** Sosialisasi dan Pendampingan UMKM Kampung Lumpia Kapasari

Penulis melakukan sosialisasi di tiga lokasi berbeda: Kampung Herbal Candirejo dengan 15 UMKM, Kampung Wisata Ketandan dengan 11 UMKM, dan Kampung Lumpia Kapasari dengan 13 UMKM. Dari total 39 UMKM yang hadir, hanya 9 yang bersedia mendaftarkan produk mereka di akun E-Peken, sebuah *platform* penjualan online. Mayoritas pelaku UMKM memilih untuk tidak bergabung dengan E-Peken karena banyak sarana. Salah satu landasan penting yang disebutkan adalah kekurangan, meskipun alasan lengkapnya tidak dijelaskan dalam teks asli. Situasi ini menunjukkan adanya tantangan dalam mengajak para pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dalam bisnis mereka, meskipun telah dilakukan upaya sosialisasi.

Tabel 1. Data UMKM yang bersedia didaftarkan akun E-Peken

No	Nama Pemilik	Nama Usaha	Kelurahan
1	Abdurrachman Hilmi, Amd.Hot	Dapoer Lancar Jaya	Genteng
2	Luluk Listyowati	Dapur Vidi	Genteng
3	Evi Herani	Snack Korner Satu Hati	Genteng
4	Dini Mariana	Warung Bu Dini	Genteng
5	Bayu Dirgantara	Nasi Babat Embong Malang	Genteng
6	Rupiatu	Kreasi Rasa Riris	Ketabang
7	Mattinggal	Ning Enny	Ketabang
8	Mudjajatun	Warung Bu Nisap	Kapasari
9	Astin Aftika A.Md	Astin Brownies	Kapasari

Kegiatan terakhir dalam program ini adalah pendampingan. Penulis mengunjungi langsung para pelaku UMKM untuk membantu mereka mendaftar dan belajar menggunakan aplikasi E-PEKEN, sebuah *platform* penjualan online. Langkah pertama adalah mempersiapkan berkas yang dibutuhkan, yakni fotokopi KTP, NIB, QRIS Bank Jatim, dan foto produk. Penulis membantu pelaku UMKM memahami dan mengisi formulir pendaftaran, dengan melibatkan pihak Kecamatan Rungkut dalam proses ini. Setelah akun terdaftar, penulis memberikan pelatihan praktis cara menggunakan E-PEKEN. Pengusaha tidak merta ditunjukkan tutorial memasukkan karya usaha, namun juga bagaimana menangani pembeli yang tertarik. Metode ini dirancang agar pelaku UMKM dapat langsung mencoba dan terbiasa menggunakan aplikasi tersebut. Tujuannya

adalah membuat para pelaku UMKM merasa lebih mudah dan percaya diri dalam menggunakan E-PEKEN guna memasarkan dan mengedarkan karya mereka melalui online.



**Gambar 3.** Kegiatan Pendampingan

Melalui acara kerja yang sudah dikerjakan menghasilkan beberapa *impact* dan perbedaan dari sebelum adanya acara pendampingan magang MSIB dari DINKOPDAG dan setelah dilakukannya acara pendampingan terhadap pemilik UMKM Kecamatan Genteng. Melalui program pelatihan yang diberikan, para pengusaha UMKM menunjukkan peningkatan signifikan dalam memahami dan menerapkan konsep *e-commerce*. Mereka juga menjadi lebih mahir mengoperasikan aplikasi E-PEKEN. Selain itu, pelatihan ini membuka wawasan mereka tentang keuntungan mengadopsi teknologi *e-commerce*, terutama dalam hal meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar, seperti yang diungkapkan dalam studi Lavandaia pada tahun 2019.

Berkat dukungan yang diberikan, para pengusaha UMKM mengalami peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan berbagai fitur aplikasi. Mereka kini mampu mengatasi kendala-kendala teknis dengan lebih baik, mulai dari proses registrasi, pengunggahan informasi produk, hingga memberikan tanggapan kepada calon pembeli secara lebih cepat dan efektif. Adanya program pendampingan *e-commerce* bagi para pengusaha UMKM di Kecamatan Genteng diharapkan membawa dampak positif. Program ini bertujuan meningkatkan daya saing mereka di era digital, mempersiapkan para pelaku usaha untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam lingkungan bisnis yang semakin terdigitalisasi.

## SIMPULAN

Jurnal ini membahas upaya untuk membantu UMKM di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, dalam mengoptimalkan pemasaran digital dan penjualan online melalui aplikasi E-PEKEN. Program ini terdiri dari dua tahap utama: sosialisasi dan pendampingan. Pada tahap sosialisasi, para pelaku UMKM diperkenalkan dengan manfaat dan cara penggunaan E-PEKEN. Meskipun banyak UMKM yang diundang, hanya sebagian kecil yang akhirnya bersedia mendaftar. Hal ini menunjukkan adanya tantangan dalam mengajak UMKM untuk mengadopsi teknologi baru. Tahap pendampingan melibatkan kunjungan langsung ke UMKM, membantu mereka mendaftar dan belajar menggunakan E-PEKEN. Proses ini mencakup persiapan dokumen, pengisian formulir, dan pelatihan praktis. Tujuan akhirnya adalah membuat para pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dalam menggunakan *platform* digital untuk bisnis mereka. Meskipun ada kendala, program ini merupakan langkah penting dalam membantu UMKM di Surabaya untuk beradaptasi dengan era digital dan memperluas jangkauan pasar mereka.

## SARAN

Untuk mengoptimalkan pemasaran digital dan penjualan online melalui aplikasi E-Peken, disarankan agar program sosialisasi dan pendampingan dilakukan secara berkelanjutan dan terstruktur. Pertama, perlu diadakan sesi sosialisasi yang komprehensif untuk mengedukasi pelaku UMKM tentang manfaat dan pentingnya pemasaran digital dalam era modern. Selanjutnya, pelatihan intensif penggunaan aplikasi E-Peken harus dilakukan dengan pendekatan yang praktis dan mudah dipahami. Pendampingan jangka panjang sangat penting untuk memastikan pelaku UMKM dapat mengatasi kendala teknis dan beradaptasi dengan *platform* baru ini. Selain itu, disarankan untuk membentuk komunitas pengguna E-Peken agar para pelaku UMKM dapat saling berbagi pengalaman dan praktik terbaik. Terakhir, perlu dilakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas program dan pengembangan fitur aplikasi berdasarkan umpan balik pengguna untuk memastikan E-Peken tetap relevan dan bermanfaat bagi UMKM.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, tentunya penulis tidak dapat menjalankan kegiatan seorang diri. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (DINKOPDAG) Kota Surabaya yang memberikan kesempatan untuk mengikuti program MSIB di bagian Pendampingan UMKM, tidak lupa penulis ucapkan kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), Dosen Pembimbing (Dospem), Ibu Kesra Kecamatan Genteng, segenap perangkat kelurahan Genteng, Ketabang, dan Kapasari, pelaku UMKM Kecamatan Genteng, serta teman - teman magang satu penempatan di Kecamatan Genteng.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbhari, I., & Prathama, A. (2023). Inovasi Aplikasi E-Peken: Optimalisasi Potensi UMKM Kota Surabaya. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(2), 396-409.
- Brianita, O., Dindaputri, Z. N., & Harmawan, B. N. (2023). Sosialisasi Aplikasi E-Peken Sebagai Sarana Penjualan Online UMKM Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1640-1645.
- Diptyana, P., Pujiati, D., Setiyoko, N., Hermansyah, D., & Marta, L. S. (2022). Pelatihan Pengembangan Konten Digital Marketing Berbasis E-Peken di Leny Catering-Surabaya. *Jurnal ETAM*, 2(2), 148-155.
- Dwijayanti, I. M., & Prabowo, B. (2023). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Keputran Kejambon II Melalui Web E-PEKEN Surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 287-294.
- Febrianto, G. N. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Aplikasi E-Peken bagi UMKM dan Masyarakat di Wilayah RT 07 Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(02).
- Lazuard, N. D. G., Zawawi, Z., & Warmana, G. O. (2024). Pemberdayaan UMKM Rusun Penjaringan Sari Melalui Pendampingan Pemanfaatan E-PEKEN Guna Bersaing Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 886-891.
- Prabowo, M. N. D., & Gamaputra, G. (2023). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Aplikasi E-Peken Pada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. *Jurnal Inovasi Administrasi Negara Terapan (Inovant)*, 1(1), 137-150.