



PENGALAMAN PELAKU USAHA HOME INDUSTRI SANDAL DI DESA WEDORO DALAM PLATFORM E-COMMERCE UNTUK PEMULIHAN EKONOMI PASCA PANDEMI

Shela Puji Agustin^{1*}, Nurul Hanifa²

¹⁻² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

*Penulis Korespondensi: shelapuji22008@mhs.unesa.ac.id

Abstract. *The Covid-19 pandemic paralyzed the conventional distribution channels of the sandal home industry in Wedoro Village, forcing business actors to undergo accelerated digital transformation. This study aims to explore the in-depth experiences of business actors in utilizing e-commerce platforms as a post-pandemic economic recovery strategy and to interpret the effectiveness of offline versus online sales. Using a qualitative phenomenological approach with three purposively selected informants, data were collected through in-depth interviews, passive participant observation, and documentation. The results reveal three phases of adaptation: disruption of conventional channels, sporadic adoption experimentation, and stabilization with permanent integration of e-commerce. Business actors interpret effectiveness complementarily—online excels in market reach and transaction efficiency, while offline excels in operational ease and trust—leading to the adoption of a hybrid strategy. However, this success rests on a fragile foundation due to minimal systemic support; the district's digital village program did not reach Wedoro, internet infrastructure is limited, and digital marketing training in the Village Medium-Term Development Plan has not been realized. This condition creates pseudo-empowerment, where business actors have access to platforms but lack strategic capabilities for optimization. This study recommends continuous technical assistance, internet infrastructure facilitation, and capacity building through multi-stakeholder collaboration.*

Keywords: *e-commerce, home industry, business actor experience, post-pandemic economic recovery, digital empowerment*

Abstrak. Pandemi Covid-19 telah melumpuhkan kanal distribusi konvensional home industri sandal di Desa Wedoro, memaksa pelaku usaha bertransformasi digital secara akseleratif. Penelitian ini bertujuan menggali pengalaman mendalam pelaku usaha dalam memanfaatkan platform e-commerce sebagai strategi pemulihan ekonomi pasca pandemi serta memaknai efektivitas penjualan offline dibandingkan online. Menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan tiga informan dipilih secara purposive, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipan pasif, dan dokumentasi. Hasil penelitian mengungkap tiga fase adaptasi: disrupsi kanal konvensional, eksperimen adopsi sporadis, dan stabilisasi dengan integrasi permanen e-commerce. Pelaku usaha memaknai efektivitas secara komplementer—online unggul dalam jangkauan pasar dan efisiensi transaksi, offline unggul dalam kemudahan operasional dan kepercayaan—sehingga mengadopsi strategi hybrid. Namun, keberhasilan ini berlangsung di atas pondasi rapuh karena minimnya dukungan sistemik; program desa digital kabupaten tidak menjangkau Wedoro, infrastruktur internet terbatas, dan pelatihan digital marketing dalam RPJMDes belum terealisasi. Kondisi ini menciptakan pemberdayaan semu, di mana pelaku usaha memiliki akses ke platform tetapi tidak memiliki kapabilitas strategis untuk optimasi. Penelitian ini merekomendasikan pendampingan teknis berkelanjutan, fasilitasi infrastruktur internet, dan pengembangan kapasitas melalui kolaborasi multi-stakeholder.

Kata kunci: e-commerce, home industri, pengalaman pelaku usaha, pemulihan ekonomi pasca pandemi, pemberdayaan digital

LATAR BELAKANG

Era disrupsi digital dan pasca pandemi Covid-19 telah menggeser paradigma ekonomi global, di mana pemulihan dan pertumbuhan ekonomi sangat bergantung pada adopsi teknologi digital (Mubin, 2021). Pemerintah Indonesia merespons dengan menjadikan digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai prioritas strategis melalui program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (BBI) (Sari, 2021). Data Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan pertumbuhan e-commerce di Indonesia meningkat 91% selama pandemi, dengan penetrasi internet mencapai 73,7% (Hidayat, 2021). Transformasi ini tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat, tetapi juga berdampak signifikan terhadap keberlangsungan UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian lokal (Bila, 2024; Iskandar, 2025).

Desa Wedoro, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, dikenal sebagai sentra home industri sandal yang telah berkembang selama beberapa dekade dan menjadi sumber penghidupan utama masyarakat setempat. Berdasarkan teori basis ekonomi (North, 1955), home industri sandal di Wedoro merupakan sektor basis karena produknya tidak hanya dipasarkan di tingkat lokal, tetapi juga menembus pasar luar daerah seperti Bogor, Bali, Jakarta, Tulungagung, dan Malang. Data menunjukkan terdapat sekitar 600 perajin yang terhimpun dalam asosiasi serta lebih dari 210 outlet, dengan kemampuan satu unit usaha menghidupi 1 hingga 5 keluarga (Safa'atillah, 2023).

Namun, pandemi Covid-19 membawa dampak serius terhadap keberlangsungan industri ini. Pembatasan sosial melumpuhkan saluran distribusi konvensional—pembeli tidak datang ke toko, toko grosir tutup, dan sistem jemput bola terhenti. Data menunjukkan penurunan drastis, misalnya salah satu pelaku usaha mengalami penurunan order dari 100 kodi menjadi 50 kodi per bulan. Banyak pelaku usaha gulung tikar, sementara yang bertahan terpaksa mencari kanal alternatif. Dalam situasi ini, platform e-commerce yang sebelumnya dianggap rumit dan tidak pasti tiba-tiba menjadi satu-satunya harapan.

Penelitian terdahulu telah mengkaji dampak pandemi terhadap UMKM secara umum (Hernikawati, 2022) atau fokus pada pendampingan teknis (Ardiyanti, 2024), namun belum banyak yang menyelami pengalaman empiris dan makna subjektif pelaku usaha dalam memanfaatkan e-commerce sebagai strategi pemulihan ekonomi. Padahal,

transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan proses sosial-psikologis yang melibatkan perubahan pola pikir, ketegangan emosional, dan strategi adaptasi berbasis jaringan sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menggambarkan pengalaman pelaku usaha home industri sandal di Desa Wedoro dalam menggunakan platform e-commerce sebagai upaya pemulihan ekonomi pasca pandemi, dan (2) memahami bagaimana pelaku usaha memaknai efektivitas penjualan secara offline dibandingkan dengan melalui platform e-commerce. Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan literatur tentang digitalisasi UMKM serta kontribusi praktis bagi pemerintah desa dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan berbasis digital.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini berlandaskan pada Teori Basis Ekonomi yang pertama kali dikemukakan oleh (North, 1955). Teori ini menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi suatu wilayah sangat ditentukan oleh kemampuan sektor basis dalam mengeksport barang dan jasa ke luar daerah. Kegiatan ekonomi dikelompokkan menjadi dua, yaitu sektor basis dan sektor non-basis. Sektor basis merupakan kegiatan ekonomi yang melayani pasar di luar wilayah sehingga mampu mendatangkan pendapatan dari luar daerah, sedangkan sektor non-basis hanya melayani pasar lokal dan bergantung pada pengeluaran dari sektor basis. Peningkatan ekspor dari sektor basis akan menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap perekonomian daerah, karena pendapatan dari luar wilayah akan menggerakkan sektor non-basis dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dalam penelitian ini, home industri sandal di Desa Wedoro dikategorikan sebagai sektor basis karena produknya tidak hanya dipasarkan di tingkat lokal, tetapi juga menembus pasar luar daerah seperti Bogor, Bali, Jakarta, Tulungagung, Malang, dan bahkan sempat mengeksport ke Arab Saudi. Aktivitas ini tidak hanya memberikan peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha, tetapi juga menciptakan efek berganda melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya beli masyarakat, dan perputaran ekonomi lokal. Dengan demikian, teori basis ekonomi menjadi landasan untuk menganalisis peran home industri sandal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa

serta bagaimana digitalisasi melalui platform e-commerce dapat memperkuat fungsi ekspor sektor basis dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih karena bertujuan menggali makna subjektif dari pengalaman hidup individu dalam konteks tertentu (Creswell, 2014), sesuai dengan fokus penelitian pada pengalaman pelaku usaha home industri sandal dalam memanfaatkan platform e-commerce. Penelitian dilaksanakan di Desa Wedoro, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, pada bulan September hingga Desember 2025. Pemilihan lokasi didasarkan pada status Desa Wedoro sebagai sentra home industri sandal dengan potensi ekonomi lokal yang signifikan namun menghadapi tantangan adopsi digital.

Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) pemilik usaha sandal yang berdomisili di Desa Wedoro, (2) telah menjalankan usaha sebelum pandemi Covid-19, dan (3) memiliki pengalaman menggunakan platform e-commerce. Dalam pelaksanaan di lapangan, terjadi penyesuaian informan. Informan Yuro tetap diwawancarai namun tidak dianalisis karena sudah tidak aktif menggunakan e-commerce, sementara Informan Agus tidak dapat diwawancarai karena telah berganti produk. Sebagai gantinya, ditemukan Informan Taufik yang memenuhi semua kriteria. Dengan demikian, informan yang dianalisis secara mendalam berjumlah tiga orang: Informan Sumarto dengan nama usaha (Morales, usaha sudah berjalan selama 10 tahun), Informan Aab (dengan nama produk keepersda.oke., yang merupakan generasi kedua usaha keluarga), dan Informan Taufik (dengan nama usaha Luxury Store Official, dan telah berjalan selama 16 tahun).

Sumber data terdiri dari data primer melalui wawancara mendalam dan observasi partisipan pasif, serta data sekunder berupa dokumen RPJMDes Wedoro 2021-2029, Perdes APBDes 2026, Perbup Sidoarjo No. 41/2018, dan literatur terkait. Teknik pengumpulan data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman (1994) yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data menggunakan spiral analisis Creswell (2015) dengan tahapan data

managing, reading and memoing, describing-classifying-interpreting, dan representing-visualizing.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber (membandingkan informasi antar informan), triangulasi metode (mencocokkan wawancara dengan observasi dan dokumentasi), dan triangulasi waktu (mengumpulkan data pada periode berbeda). Validasi instrumen dilakukan melalui expert judgment untuk memastikan kesesuaian konten dan bahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Informan dan Kondisi Usaha

Ketiga informan memiliki karakteristik beragam namun merepresentasikan variasi pelaku usaha home industri sandal Wedoro. Informan Sumarto (49 tahun, lulusan SMK) memulai usaha tahun 2016 setelah 16 tahun menjadi karyawan pabrik sandal. Informan mempekerjakan dua tetangga untuk bagian packaging dengan pasar hingga Bali, Bogor, Jakarta, Tulungagung, dan Malang. Informan Aab (25 tahun, lulusan SMA) merupakan generasi kedua dari usaha keluarga yang dirintis orang tuanya sejak 2005. Informan mempekerjakan empat orang tetangga dan teman serta telah memiliki admin khusus. Informan Taufik (54 tahun, lulusan SMA) memulai usaha tahun 2009 terinspirasi kakaknya, mempekerjakan 1-2 tetangga dengan pasar hingga Bali, Jakarta, Bogor, dan Malang.

Seluruh informan mengalami penurunan omzet signifikan selama pandemi. Informan Sumarto mencatat penurunan dari 100 kodi menjadi 50 kodi per bulan. Informan Aab mengalami penurunan drastis dengan produksi tidak seramai biasanya. Informan Taufik nyaris tidak mendapat pesanan dari toko sama sekali. Pasca pandemi, pendapatan mulai pulih bertahap meskipun belum sepenuhnya kembali ke level pra-pandemi.

Tiga Fase Adaptasi Digital

Pengalaman ketiga informan merefleksikan lintasan adaptasi yang melalui tiga fase yaitu Fase Pertama yaitu Disrupsi dan Kelumpuhan Kanal Konvensional. Pandemi melumpuhkan saluran distribusi yang selama ini menjadi nadi usaha. Informan Sumarto menyaksikan orderan turun drastis, merasa sedih dan pusing. Informan Aab merasa

khawatir karena usaha menjadi tidak stabil. Informan Taufik merasa takut usahanya bangkrut. Fase ini ditandai emosi negatif kolektif sekaligus menjadi momen kesadaran kritis bahwa cara lama tidak lagi memadai.

Fase Kedua adalah Eksperimen dan Adopsi Sporadis. Kelumpuhan kanal konvensional memaksa pencarian kanal alternatif. Informan Sumarto memulai adopsi digital atas inisiasi mahasiswa magang yang memperkenalkan Shopee. Informan Aab memulai karena inisiatif sendiri, awalnya iseng memposting di Facebook lalu merambah ke Shopee. Informan Taufik mulai atas rekomendasi teman sesama pengrajin. Fase ini diwarnai ketegangan psikologis antara keraguan dan optimisme, namun diatasi melalui mekanisme kolaboratif—belajar dari anak, kakak, teman, dan sesama pengrajin.

Fase Ketiga yaitu Stabilisasi dan Kebangkitan Bertahap. Pasca pandemi, ketiga informan mengalami pemulihan pendapatan. Yang menarik, e-commerce tidak lagi diposisikan sebagai kanal darurat, melainkan kanal permanen yang diintegrasikan ke dalam model bisnis. Informan Sumarto tetap mempertahankan toko Shopee dan rutin promosi online. Informan Aab merekrut admin khusus untuk menangani penjualan online dan offline. Informan Taufik terus berjualan online sambil melayani pesanan offline. Informan Sumarto menegaskan pandemi menjadi titik balik yang mengubah cara berpikirnya dari orientasi produksi menjadi orientasi adaptasi pasar.

Fenomena ini sejalan dengan teori disruptive innovation (Christensen, 1997). E-commerce yang awalnya dianggap inferior atau sulit dipelajari, rawan penipuan, hanya digunakan pengusaha muda tiba-tiba menjadi primadona ketika kanal konvensional lumpuh total. Karakteristik disrupsi terpenuhi: memasuki pasar dari bawah, performa awal lebih buruk, memperbaiki diri bertahap, dan menggantikan yang mapan saat krisis.

Pemaknaan Efektivitas Penjualan Offline dan Online

Sebagai penelitian fenomenologi, efektivitas tidak diukur secara kuantitatif melainkan dimaknai berdasarkan pengalaman subjektif informan. Dari wawancara mendalam, teridentifikasi enam indikator yang digunakan pelaku usaha untuk memaknai efektivitas.

Pertama, jangkauan pasar. Online dimaknai lebih efektif karena mampu menjangkau pembeli lintas pulau bahkan mancanegara. Pak Sumarto menerima pesanan

dari TKW Hongkong, sesuatu yang mustahil melalui kanal konvensional. *Kedua*, kemudahan dan kecepatan transaksi. Online dimaknai lebih efektif karena pembayaran langsung masuk rekening, berbeda dengan sistem offline yang menggunakan DP. *Ketiga*, fleksibilitas waktu dan tempat. Online dimaknai lebih efektif karena bisa dilakukan kapan saja dari rumah.

Keempat, kemudahan operasional. Offline dimaknai lebih efektif karena tidak memerlukan keterampilan digital khusus. Pak Sumarto mengaku kesulitan memahami platform online. *Kelima*, risiko dan kepercayaan. Offline dimaknai lebih efektif untuk membangun kepercayaan melalui interaksi fisik langsung. *Keenam*, ketahanan terhadap krisis. Online dimaknai lebih tangguh karena tetap berjalan saat pandemi.

Menariknya, pelaku usaha tidak memandang kedua kanal sebagai kompetitor, melainkan sebagai mitra saling melengkapi. Mereka mengadopsi strategi *hybrid* dengan sistem online untuk ekspansi pasar dan efisiensi transaksi, offline untuk kedekatan dengan pelanggan setia dan kemudahan operasional. Pemaknaan ini menunjukkan bahwa efektivitas dalam perspektif mereka bersifat komplementer.

Pengalaman Operasional dan Keterbatasan Kapasitas Digital

Ketiga informan menunjukkan kesadaran tinggi akan keterbatasan pasar lokal dan aktif melakukan strategi perluasan pasar jauh sebelum adopsi e-commerce. Informan Sumarto mempraktikkan sistem jemput bola sejak awal, sementara Informan Aab memulai dari aktivitas iseng di Facebook. Setelah menggunakan e-commerce, jangkauan mereka meluas secara signifikan.

Namun, di balik keberhasilan perluasan pasar, keterampilan digital pelaku usaha masih sangat terbatas. Informan Sumarto mengaku tidak memiliki skill IT dan bergantung pada anaknya. Informan Aab menunjukkan literasi lebih baik, merekrut admin khusus, namun terkendala public speaking untuk live selling. Informan Taufik mengalami ketakutan dan kebingungan di awal, mengatasi kendala stok dengan pencatatan manual. Mereka bertahan melalui strategi substitusi SDM, fokus pada kompetensi inti, pembelajaran inkremental, dan solidaritas vertikal sesama pengrajin.

Analisis SWOT Home Industri Sandal Wedoro

Tabel 1. Analisis SWOT Home Industri Sandal Desa Wedoro

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk terjamin dan diakui pasar 2. Kapasitas inovasi model tinggi 3. Jaringan pasar luas lintas pulau 4. Pengalaman usaha panjang (6-16 tahun) 5. Hubungan sosial kuat dengan warga sekitar 6. Modal sosial dan jejaring antar pengrajin 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi digital rendah, keterbatasan skill IT 2. Minim tim marketing untuk kelola penjualan online 3. Ketergantungan pada individu tertentu (anak, admin) 4. Manajemen stok offline-online lemah (manual) 5. Tidak ada pencatatan dan analisis data penjualan 6. Hanya menguasai platform tunggal (Shopee)
OPPORTUNITIES	THREATS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan perilaku konsumen pasca pandemi 2. Dukungan kebijakan desa (RPJMDes & APBDes 2026) 3. Program desa digital kabupaten (kemitraan PT Telkom) 4. Potensi pasar ekspor 5. Kolaborasi multi-stakeholder 6. Generasi muda melek digital sebagai agen perubahan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan produk sejenis dari daerah lain 2. Perubahan algoritma dan kebijakan platform 3. Perubahan tren fashion yang cepat 4. Minimnya infrastruktur internet (blankspot) 5. Krisis ekonomi makro mempengaruhi daya beli 6. Ketertinggalan digital dari desa lain

Analisis Kebijakan dan Pemberdayaan Semu

Temuan paling kritis adalah diskrepansi signifikan antara kebijakan dan implementasi. RPJMDes Wedoro 2021-2029 telah mengamanatkan pelatihan digital

marketing, dan APBDes 2026 mengalokasikan Rp304 juta untuk Bidang Pemberdayaan Masyarakat Desa. Namun, hingga wawancara Desember 2025, program tersebut belum terealisasi. Di tingkat kabupaten, Perbup Sidoarjo No. 41/2018 tentang Smart City mengamanatkan pengembangan smart economy, diimplementasikan melalui program desa digital dengan 9 desa percontohan dan 14 daftar tunggu (Setiawan, 2023). Ironisnya, Wedoro sebagai sentra industri sandal dengan potensi ekonomi luar biasa tidak masuk dalam program tersebut.

Akibatnya, pelaku usaha kehilangan akses pelatihan terstruktur, pendampingan teknis, fasilitasi infrastruktur internet, dan integrasi permodalan digital. Mereka belajar secara sporadis dari mahasiswa magang, kakak, teman dan tanpa pendampingan berkelanjutan. Dalam kerangka teori pemberdayaan kondisi ini merepresentasikan pemberdayaan semu (Ibrahim, zukhri, 2021) yang mendefinisikan pemberdayaan semu sebagai kondisi di mana proses pemberdayaan belum menyentuh aspek esensial, hanya memberikan akses tanpa membangun kapabilitas. Pelaku usaha memiliki akses ke platform e-commerce dan berhasil mengadopsinya secara individual, tetapi tidak memiliki kapabilitas strategis untuk optimasi. Mereka hadir di pasar digital, tetapi tidak berdaya secara strategis.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa home industri sandal Desa Wedoro merupakan sektor basis dengan potensi ekonomi besar, terbukti dari jangkauan pasar nasional hingga internasional serta kemampuan menyerap tenaga kerja lokal. Pelaku usaha menunjukkan resiliensi luar biasa dengan bertransformasi digital secara mandiri melalui tiga fase adaptasi: disrupsi, eksperimen, dan stabilisasi. Mereka memaknai efektivitas penjualan secara komplementer sistem online unggul dalam jangkauan pasar dan efisiensi transaksi, offline unggul dalam kemudahan operasional dan kepercayaan sehingga mengadopsi strategi *hybrid*.

Namun, keberhasilan individual ini berlangsung di atas pondasi rapuh karena minimnya dukungan sistemik. Program desa digital kabupaten tidak menjangkau Wedoro, infrastruktur internet terbatas, dan pelatihan digital marketing yang direncanakan belum terealisasi. Akibatnya, pelaku usaha terjebak dalam pemberdayaan semu: mereka memiliki akses ke platform tetapi tidak memiliki kapabilitas strategis untuk

optimasi. Kondisi ini memerlukan intervensi pemberdayaan yang tidak hanya memberi akses, tetapi membangun kapabilitas melalui pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi multi-stakeholder.

Bagi Pemerintah Desa Wedoro, direkomendasikan pendampingan teknis berkelanjutan, pelatihan public speaking untuk live selling, bantuan pembuatan konten dan foto produk, serta penyusunan modul pembelajaran e-commerce sederhana berbasis visual. Bagi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, perlu mereorientasi program desa digital dengan menjadikan potensi ekonomi lokal sebagai kriteria utama seleksi, serta segera memasukkan Wedoro dalam perluasan program. Penelitian ini memiliki keterbatasan jumlah informan dan tidak melibatkan perspektif pemerintah maupun pembeli. Penelitian lanjutan direkomendasikan menggunakan pendekatan Research and Development (RnD) untuk mengembangkan platform e-commerce sederhana yang sesuai kebutuhan pengusaha mikro dengan literasi digital terbatas, melibatkan multidisiplin ilmu: manajemen bisnis, teknik informatika, ilmu komunikasi, dan ekonomi manajerial.

DAFTAR REFERENSI

- Ardiyanti. (2024). Pemanfaatan Marketplace E-Commerce untuk Pelaku UMKM Keripik Tahu Desa Gentong, Ngawi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 7(1), 184–192. <https://doi.org/10.30591/japhb.v7i1.6112>
- Christensen. (1997). *The Innovator's Dilemma*.
- Creswell. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Hernikawati. (2022). *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang*. 9–17.
- Hidayat. (2021). *Industri E-Commerce Raup Untung di Masa Pandemi*. 02 Februari. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/727253/industri-e-commerce-raup-untung-di-masa-pandemi>
- Ibrahim, zukhri, R. (2021). PSEUDO EMPOWERMENT : TRACKING THE LEVEL OF COMMUNITY EMPOWERMENT IN THE ECOTOURISM AREAS DEVELOPMENT IN BANGKA ISLAND , INDONESIA. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 39(4), 1397–1405. <https://doi.org/10.30892/gtg.394spl10-783>
- Iskandar, I. (2025). *Peran Strategis Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Tekstil Indonesia*. 5(4), 498–506. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i4.2089>
- Mubin. (2021). SDG's Dalam Pemabangunan Ekonomi Pasca Pandemi. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(3), 494. <http://jiss.publikasiindonesia.id/>

PENGALAMAN PELAKU USAHA HOME INDUSTRI SANDAL DI DESA WEDORO DALAM PLATFORM E-COMMERCE UNTUK PEMULIHAN EKONOMI PASCA PANDEMI

- North, D. C. (1955). *LOCATION THEORY AND REGIONAL ECONOMIC GROWTH*.
- Safa'atillah, H. (2023). An Analysis of the Study of Home Industry Business Feasibility. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 508–516. <https://doi.org/10.36555/almana.v7i3.2219>
- Sari. (2021). GERAKAN BANGGA BUATAN INDONESIA : DUKUNGAN BAGI KEBANGKITAN UMKM LOKAL DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal AKRAB JUARA*, 6.
- Setiawan, I. (2023). *Sembilan desa di Sidoarjo jadi percontohan digitalisasi*. ANTARA JATIM. <https://jatim.antaranews.com/berita/718848/sembilan-desa-di-sidoarjo-jadi-percontohan-digitalisasi>