



Sosialisasi Strategi Pemasaran Platform E-Commerce pada UMKM PKM di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah

Delita Sihotang^{1*}, Hadijah Sipahutar², Amaludin Sikumbang,³ Junaidi Mustofa
Harahap⁴, Elvina⁵

Bisnis Digital, STIE Al Washliyah, Kota Sibolga, Indonesia^{1,3}

Manajemen Perusahaan, STIE Al Washliyah, Kota Sibolga, Indonesia²

Bisnis Digital, Universitas Asahan, Asahan, Indonesia⁴

Manajemen, Universitas Labuhanbatu, Labuhanbatu, Indonesia⁵

*Email:

delitasihotang@gmail.com, khadijahsipahutar12@gmail.com, amaludinsikumbang@gmail.com,
mustapajunaidi378@gmail.com, elvinahrp19@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 20-12-2024

Disetujui 27-12-2024

Diterbitkan 31-12-2024

Katakunci:

Strategi Pemasaran,
E-Commerce,
UMKM

ABSTRAK

Indonesia memasuki era globalisasi yakni Kawasan Perdagangan Bebas ASEAN (AFTA) dan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu benteng pertahanan ekonomi nasional, dimana bila tidak diperhatikan secara serius maka pertumbuhan ekonomi nasional akan rapuh. Dalam hal ini perlu perhatian khusus untuk para UMKM terutama masalah pemasaran. Dalam upaya untuk mengembangkan industri kecil, menengah, maka kelemahan-kelemahan tersebut harus diatasi. Disinilah peran Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan dapat lebih berperan serta membantu mengatasi permasalahan yang ada sehingga diharapkan para UMKM dapat terus berperan dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia. Menyadari akan permasalahan tersebut, kami Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al Washliyah Sibolga Jurusan Bisnis Digital adalah salah satu Perguruan Tinggi yang peduli terhadap lingkungan masyarakat sekitar merencanakan akan melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam hal pemasaran bisnis melalui internet marketing (*E-Commerce*), serta dapat memotivasi para UMKM dapat menjalankan usahanya secara profesional.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel Ini:

Sihotang, D., Sipahutar, H. ., Sikumbang, A., Mustofa Harahap, J. ., & Elvina. (2024). Sosialisasi Strategi Pemasaran Platform E-Commerce pada UMKM PKM di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 1(3), 338-346. <https://doi.org/10.62710/qt64re08>

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral. Beberapa peran strategi usaha kecil menengah adalah, ikut serta dalam proses pemerataan pembangunan Ekonomi, menunjang peningkatan pertumbuhan ekonomi, menciptakan kesempatan berusaha serta menciptakan dan memperluas lapangan kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak. Data statistik Kemenkop menunjukkan tahun 2009 golongan usaha besar terdapat 4.952 unit usaha, menengah (sedang) 44.280 unit usaha, kecil 602.195 unit usaha, sedangkan usaha kecil mikro menciptakan 54.559.000 unit usaha. Penyerapan tenaga kerja dari UMKM sebesar 107.65 juta atau sebesar 97.24% dari total tenaga kerja. Kemenkop “Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia” Harian Kompas, 29 Agustus 2014.

Tetapi kenyataannya usaha kecil itu belum mampu mengembangkan potensi dan perannya secara optimal. Kondisi usaha kecil masih relatif lemah, sebagian masih terbatas pada usaha pemenuhan kebutuhan konsumsi lokal ataupun lingkungan dimana usaha tersebut berada. Kondisi yang demikian, disebabkan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM. Keterbatasan kemampuan pengelolaan usaha, modal kerja, serta kelangkaan akan sarana usaha yang dimiliki. (Paramita et al., 2022).

Dengan keterbatasan di atas merupakan permasalahan yang penting bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut tidak mungkin dapat dipecahkan sendiri oleh UMKM. Dibutuhkan bantuan dari pemerintah dan strategi dalam pemecahan masalah, dan pengembangan potensi dengan pendekatan pembinaan. Dimulai dari memperkokoh motivasi, mentalitas kewirausahaan serta kemandirian, meningkatkan kemampuan dan ketrampilan manajerial sampai pada penguasaan teknologi (Tristiarto & Wahyudi, 2018).

Perkembangan internet saat ini adalah sangat pesat dimana hampir semua informasi akan sangat mudah diperoleh. Internet saat ini tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai sarana komunikasi vital yang sangat dibutuhkan di berbagai bidang termasuk di bidang pendidikan dan bisnis. Di dalam bidang pendidikan, internet tentunya memberikan peranan yang sangat penting dimana refensi-referensi akan sangat mudah didapat dan pembelajaran berbasis internet sudah mulai dimanfaatkan. Bisnis melalui internet adalah salah satu trend bisnis yang berkembang saat ini. Dengan melakukan bisnis via internet (bisnis online) maka akan memperluas pangsa pasar tidak hanya ketergantungan terhadap area penjualan seperti bisnis konvensional dengan membuka lapak atau toko di suatu daerah. Pangsa pasar dari bisnis online akan jauh lebih luas karena orang-orang di seluruh Indonesia bahkan di dunia dapat mengakses internet sehingga produk yang ditawarkan via internet akan jauh lebih mudah dan lebih laris.

Data yang diperoleh dari hasil survey pendahuluan bahwa di wilayah Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah terdapat populasi UMKM sebanyak 220 yang sudah terdaftar menjadi anggota UMKM. Dari jumlah UMKM tersebut mencakup 70 di bidang makanan dan minuman, 26 di bidang pakaian, 13 di bidang pertamanan dan perkebunan, serta 111 di bidang perdagangan dan sebagainya. Dari UMKM sejumlah itu, masih belum banyak para pelaku UMKM yang memanfaatkan sarana Teknologi Informasi (TI) untuk mendukung usahanya yaitu untuk pemasaran dan penjualan secara on-line melalui internet berupa Electronic Commerce (E-commerce). Padahal salah satu kunci keberhasilan UMKM adalah adalah tersedianya pasar yang luas bagi peningkatan produksi

usahanya. Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing (Rachmawati, 2024).

Menyadari akan permasalahan tersebut, kami Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al Washliyah Sibolga Jurusan Bisnis Digital adalah salah satu Perguruan Tinggi yang peduli terhadap lingkungan masyarakat sekitar merencanakan akan melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam hal pemasaran bisnis melalui e-commerce, serta dapat memotivasi para UMKM dapat menjalankan usahanya secara profesional.

Permasalahan

Permasalahan yang terjadi pada UMKM di wilayah Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah, yaitu masih banyak mengandalkan sistem pemasaran dan penjualan secara manual yaitu penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen melalui pembukaan toko atau pasar konvensional, lapak atau melalui jualan keliling (*door to door*). Sebagian yang lain sudah memanfaatkan website namun masih sekedar menempelkan atau menempatkan usahanya pada website saja dengan kualitas web yang seadanya. Guna mengatasi hal tersebut, maka diperlukan strategi pemasaran dan penjualan yang efektif, mudah, dan murah dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis web dengan metode pembuatan kerangka kerja (*framework*) web sistem manajemen isi untuk menjadikan *website* tersebut selalu menduduki ranking teratas atau halaman pertama pada mesin pencari internet sehingga konsumen atau pelanggan mudah mencari alamat *website* tersebut.

Dengan demikian diharapkan UMKM dapat mendapatkan berbagai keuntungan dalam mempromosikan atau memasarkan usahanya, melakukan transaksi penjualan produk-produk usahanya, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya. Target dalam pengabdian kepada masyarakat ini berfungsi untuk memberikan pemecahan masalah (solusi) terhadap permasalahan yang terjadi pada mitra, yaitu berupa : (Rahmawati & Erawati, 2021)

- 1) Peningkatan profil pengetahuan para pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah tentang bisnis internet setelah pelatihan.
- 2) Peningkatan pemahaman para pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah tentang cara pembuatan blog setelah pelatihan.
- 3) Tersedianya tambahan perangkat dan bahan pendukung operasi dan produksi dalam usaha yang baru dirintisnya, Tersedianya *Software Framework* Aplikasi *E-commerce* bagi mitra sebagai bekal dasar pengembangan usaha,
- 4) Terlatihnya SDM mitra agar menjadi terampil dan profesional dalam membuat, mengoperasikan, mengembangkan, dan memelihara *software framework aplikasi E-commerce*.
- 5) Terampilnya mitra dalam manajemen usaha dan kewirausahaan dalam mengelola usahanya dan menghasilkan produk usahanya yang berkualitas dan dapat diterima pasar.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian *E-commerce*

E-commerce adalah dimana dalam satu website menyediakan atau dapat melakukan transaksi secara online atau juga bisa merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan “get and deliver“ (Prasetyo, 2023). Ecommerce akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan trading (perdagangan). Adapun pendapat mengenai pengertian E-Commerce bahwa E-commerce mengacu pada internet untuk belanja online dan jangkauan lebih sempit. dimana E-commerce adalah subperangkat dari E-Bisnis. Cara pembayarannya: melalui transfer uang secara digital seperti melalui account paypal atau kartu kredit (Saroyo, 2023).

Keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan transaksi melalui *E-commerce* bagi suatu perusahaan adalah sebagai berikut : (Zakaria, 2024)

- 1) Meningkatkan pendapatan dengan menggunakan online channel yang biayanya lebih murah.
- 2) Mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya.
- 3) Mengurangi keterlambatan dengan menggunakan transfer elektronik/pembayaran yang tepat waktu dan dapat langsung dicek.
- 4) Mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif.

1. Strategi Pemasaran Melalui Website atau Blog

Memiliki website atau blog sebagai sarana pemasaran secara online adalah suatu keharusan. Karena dengan memiliki *website /blog*, membuat usaha anda dapat diketahui selama 24 jam sehari. Salah satu strategi pemasaran yang penting dari web adalah anda dapat menjelaskan secara rinci produk dan jasa yang anda jual. Selain itu anda dapat membujuk pengunjung untuk membeli produk atau jasa anda.

2. Strategi Pemasaran dengan Optimasi Website

Sebagian besar pengguna internet mencari informasi melalui search engine seperti *Google, Yahoo, MSN* dll sesuai dengan keyword atau kata kunci yang diinginkan atau dikenal dengan istilah SEO (*Search Engine optimization*). Umumnya pengguna hanya akan mengklik link yang teratas dari hasil pencariannya atau setidaknya link yang ada pada halaman pertama saja. Supaya website anda bisa tampil di halaman depan, optimasi terhadap website perlu dilakukan agar strategi pemasaran berhasil (Kotler & Keller, 2021).

3. Manfaatkan Jaringan Sosial

Saat ini hampir semua pengguna internet mempunyai akun di situs jejaring sosial seperti *facebook, twitter, friendster* dan situs lainnya. Pengguna situs tersebut sudah mencapai belasan bahkan mungkin sudah puluhan juta untuk Indonesia. Pasar yang potensial bagi yang jeli untuk mempromosikan produk. Sampai saat ini ada istilah *facebook marketing* karena *facebook* pasar yang potensial untuk mempromosikan produk. Banyak cara untuk berpromosi lewat *facebook*, cara yang paling ampuh adalah panggilan teman terdekatmu dengan chatting dan mengajaknya seperti dengan cara anda mengajak ketika *offline*.

4. Email Marketing

Selain website marketing, promosi bisnis melalui internet dapat dilakukan melalui email marketing. Pemberitahuan mengenai informasi produk untuk memberikan penawaran kepada calon

konsumen, dapat dilakukan secara masal maupun personal melalui *email marketing*. Sehingga kegiatan promosi produk semakin mudah, dan murah. Selain membantu mempromosikan produk, *email marketing* juga menjadi sarana komunikasi antar pelaku usaha dengan calon konsumen. Konsumen yang tertarik dengan produk Anda, biasanya akan menanyakan informasi produk tersebut melalui telepon maupun email. Keberadaan email marketing, mendukung kegiatan pemasaran baik secara *online* maupun secara *offline*.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pelatihan terstruktur. Maksud dari metode ini adalah metode ceramah, diskusi-informasi dan dilanjutkan dengan pelatihan secara langsung di internet. Materi ceramah dan diskusi-informasi dimaksudkan memberikan pengetahuan wawasan tentang internet serta peluang bisnis internet. Di samping itu, ceramah dan diskusi tentang peranan blog atau web dalam bisnis internet, langkah-langkah pembuatan web atau blog. Cara mendaftarkan blog untuk program *Google AdSense*. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan web atau blog langsung melalui internet. Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam memasarkan produknya. Hal ini perlu dilakukan pendampingan (bimbingan) selama 1 (satu) bulan tentang pemasaran bisnis melalui *e-commerce* sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan komputer beserta jaringan internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pembuatan situs blog sebagai media promosi telah dilaksanakan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 8 jam pelajaran dengan rentang waktu selama dua hari yaitu tanggal 06 s/d 07 November 2024. Metode pelaksanaan pelatihan adalah klasikal dengan metode pembelajaran berupa penjelasan atau menerangkan dengan menggunakan presentasi *power point* dan menggunakan contoh studi kasus mengenai pelatihan dasar *e-commerce*.

Pelatihan dasar *e-commerce* merupakan pelatihan yang dilakukan untuk mendasari atau sebagai dasar pelatihan *e-commerce* yang sesungguhnya. Pelatihan *e-commerce* yang sesungguhnya ini dalam arti pelatihan penerapan aplikasi *e-commerce* berbasis CMS dan SEO yang dikembangkan dengan membangun aplikasi yang memiliki fitur-fitur sesuai keinginan pengguna. Materinya adalah membuat web blog dengan *blogspot* dan *e-commerce* dengan *prestashop*.

Metode pelaksanaan pelatihan dasar *e-commerce* adalah dengan melakukan percobaan langsung menggunakan komputer yang berbasis internet dan komputer tersebut telah diinstal beberapa aplikasi pendukung. Dikarenakan pelatihannya menggunakan komputer, maka kelas yang digunakan adalah laboratorium komputer berbasis internet.

Namun demikian selain pelatihan menggunakan laboratorium komputer berbasis internet juga menggunakan laptop yang dapat berbasis *offline* dan *online* menggunakan modem *portable*. Contohnya diberikan secara langsung melalui praktek yang dipandu oleh instruktur melakukan praktek di depan dan diikuti oleh peserta pelatihan. Jumlah peserta adalah dua puluh tiga orang.

Materi dasar *web e-commerce* yang diberikan adalah *web blog* menggunakan *blogspot* sebagai dasar untuk mempublikasikan tulisan-tulisan artikel dan gambar-gambar dengan beberapa fitur yang tersedia didalamnya. Tujuannya agar peserta mampu menguasai dasar *web blog* sebagai bekal untuk menerapkan *web* yang berbasis CMS yang nantinya diterapkan dalam *e-commerce* yang dikembangkan. Garis besar materi yang disampaikan dalam pelatihan *weblog* dengan *blogspot* ini adalah sebagai berikut :

- a. Membuat *account blog* sebagai langkah awal dalam membuat sebuah atau beberapa *webblog*,
- b. Mengganti tampilan *web blog* dengan *template* desain yang *responsive* dan lebih menarik sesuai dengan tema *webblog* tersebut,
- c. Mengganti alamat url *blog* menggunakan *Top Level Domain, 2nd Level Domain, 3rd Level Domain, Keyword On Domain* hingga *Sub Domain*,
- d. Mengisi artikel, foto, video dan konten lainnya kedalam *webblog* tersebut sebagai sarana publikasi maupun promosi usaha.

Pelatihan selanjutnya adalah dasar *e-commerce* dengan menggunakan paket aplikasi *prestashop*. Pelatihan ini dilaksanakan setelah pelatihan *web blog* dengan *blogspot*. Tujuan pelatihan *e-commerce* dengan paket aplikasi *prestashop* adalah agar peserta pelatihan dapat membuat aplikasi *e-commerce* dengan bentuk *template e-commerce* secara gratis karena bersifat *opensource* artinya boleh digunakan, diunduh dan dikembangkan oleh siapapun dengan gratis. Tidak ada biaya yang dikeluarkan jika kita ingin menggunakan CMS yang ada kecuali kalau ingin di online kan dengan domain yang profesional seperti *.com*.

Namun demikian untuk pelatihan ini dilakukan dengan melakukan online secara gratis, namun *web* gratis ini sifatnya sementara. Nantinya setelah selesai pelatihan baru diterapkan pada domain profesional yang dapat dibeli dari penyedia atau provider internet. Materi pelatihan berupa; *Display* produk disertai deskripsi dan harga, *Display* produk terbaru, *Display* produk terlaris, *Display* harga promo, *Display* keranjang belanja, *Display* merek yang dijual, *Display* rekening bank untuk pembayaran, *Display* kontak yang bisa dihubungi, Penghitung stok otomatis, Penghitung ongkos kirim otomatis, dan Fasilitas komunikasi *real time online*.

Selain melakukan pelatihan *e-commerce* dengan *prestashop* yang dilakukan secara *online*, juga perlu dilakukan persiapan untuk pelatihan secara *offline*. Tujuannya agar setiap kali melakukan pembelajaran pelatihan pembangunan *e-commerce* dengan *prestashop* tidak harus tergantung pada keberadaan koneksi internet. Untuk kebutuhan tersebut maka perlu dilakukan instalasi secara lokal (*localhost*), sehingga setelah dilakukan pelatihan *prestashop* secara klasikal di laboratorium tersebut peserta dapat melakukan pelatihan secara mandiri dengan menggunakan PC atau laptop.

Pelatihan telah selesai dilaksanakan, tahapan berikutnya dalam program pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan pendampingan dan evaluasi yang meliputi; untuk hal *e-commerce* yang telah dikembangkan perlu diuji kembali dan siap untuk diterapkan pada mitra setelah melakukan pelatihan, selain itu dilakukan pendampingan usaha dan penerapan *e-commerce* yang dilanjutkan dengan implementasi dan instalasi, dan berakhir dengan evaluasi dan monitoring program untuk melihat seberapa jauh program ini bermanfaat bagi kelompok UMKM yang khususnya berada di wilayah Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah. Adapun keberhasilan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilihat dari tolak ukur :

- a. Respon dan aktivitas positif dari peserta pelatihan

Respons peserta dan aktivitas peserta pelatihan diukur melalui observasi selama pelatihan berlangsung dimana mereka sangat aktif dalam bertanya dan terlihat antusias mereka dalam mengikuti pelatihan.

b. Meningkatnya keterampilan peserta setelah mendapat pelatihan

Keterampilan peserta diobservasi pada saat pelatihan melalui pemberian modul pelatihan yang berisikan langkah-langkah secara mendetail materi tentang pembuatan blog.

Agar pelaksanaan kegiatan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan, maka pengabdian berusaha melakukan proses evaluasi dari kegiatan tersebut, dengan menentukan kriteria dan menetapkan indikator keberhasilan sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Keberhasilan

| Kegiatan | Kriteria | Indikator Keberhasilan |
|----------------------|---|--|
| Seminar (Penyuluhan) | Meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan wawasan | Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran internet melalui : a. Motivasi melakukan kegiatan usaha dengan pemasaran bisnis melalui internet <i>marketing</i> . b. Memotivasi para pelaku usaha agar dapat menjalankan usahanya secara profesional. c. Motivasi untuk mengembangkan kegiatan usahanya, |
| Pendampingan | Mampu melakukan penjualan melalui <i>internet marketing</i> | a. 25 % Memahami komputer dan jaringan internet b. 50% Memahami sistem pemasaran bisnis c. 75% Melakukan <i>up-load</i> produk d. 100% Melaksanakan <i>internet marketing (e-commerce)</i> |



Gambar 1. Peserta Pelatihan UMKM E-Commerce Di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah



Gambar 2. Peserta melaksanakan pelatihan UMKM E-Commerce berbasis komputer.

KESIMPULAN

Dari hasil evaluasi serta temuan-temuan yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat kami simpulkan bahwa program pengabdian kepada ini telah mampu memberikan manfaat yang sangat besar dan tepat sasaran bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang menjadi khalayak sasaran dalam kegiatan ini. Bentuk pelatihan seperti ini merupakan bentuk yang sangat efektif untuk memberikan penyegaran dan tambahan wawasan serta pengetahuan baru di bidang teknologi informasi.

Sesuai dengan hasil evaluasi respons yang telah dilakukan, kami menyarankan hendaknya program-program pengabdian masyarakat seperti ini dapat dilaksanakan secara reguler dan berkala, melihat tingkat kebutuhan yang sangat tinggi akan pengenalan aplikasi-aplikasi komputer yang baru, dalam jangka waktu yang relatif singkat mengikuti perkembangan teknologi secara global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ucapkan terima kasih kepada Peserta Pelatihan UMKM *E-Commerce* di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah atas semua bantuan dan dukungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management 16th Global Edition*. Pearson Education Limited, 1–832. <https://online.fliphtml5.com/xzfda/pkef/>
- Paramita, G., Sundawa, R. D., Musqari, N., & Kisworo, Y. (2022). Pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis kepada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di wilayah kecamatan Jatinegara Jakarta timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JPMEMA)*, 1(1), 34–40. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=o4KwLesAAAAJ&citati

on_for_view=o4KwLesAAAAJ:eQOLeE2rZwMC

- Prasetyo, R. B. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(01), 1–11. <https://doi.org/10.59561/jmeh.v1i01.92>
- Rachmawati, M. (2024). Adopsi E-Commerce UMKM sebagai Upaya Adaptasi Perubahan Perilaku Konsumen. *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 695–700. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2377>
- Rahmawati, & Erawati, D. (2021). E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia (Analisis Immanuel Wallerstein). *palangka raya International and National conference on islamic Studies*, 1(1), 49–62.
- Saroyo, D. P. (2023). Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 20–26. <https://ebfelepma.ums.ac.id/2023>
- Tristiarto, Y., & Wahyudi, W. (2018). PKM Kelompok Umkm E-Commerce Di Kelurahan Benda Baru-Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan. *Seminar Nasional*. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/pkm/article/view/119%0Ahttps://conference.upnvj.ac.id/index.php/pkm/article/download/119/118>
- Zakaria, J. (2024). Peran E-Commerce Dalam Pembangunan Ekonomi Daerah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(1), 142. <https://doi.org/10.35906/jep.v10i1.1927>