

IMPLEMENTATION AND TRAINING IN E-COMMERCE FOR THE UMKM ARISTHA STORE IN TEMBILAHAN

Dwi Yuli Prasetyo¹, Rosliana², Muh. Rasyid Ridha³, Usman⁴, Achmad Isya Alfassa⁵

^{1,3,4}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Islam Indragiri

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indragiri

⁵Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian Universitas Islam Indragiri

Email: dwiyuliprasetyo2@gmail.com¹, R.rosliana@gmail.com², rasyid4sky@gmail.com³, usmanovsky13411@gmail.com⁴, achmadisyaaalfassa@gmail.com⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi dengan sistem digital dalam mengelola bisnis. Aristha Store merupakan UMKM yang bergerak di bidang fashion namun masih menerapkan metode penjualan tradisional dengan pencatatan manual yang menyebabkan data kurang terorganisasi dan jangkauan pemasaran terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem informasi penjualan berbasis website e-commerce guna meningkatkan efektivitas operasional dan memperluas jangkauan pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Pengembangan sistem menggunakan metode Rapid Application Development (RAD) dengan platform WordPress. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi sistem e-commerce berhasil meningkatkan total penjualan dari 320 transaksi menjadi 457 transaksi dalam periode empat minggu atau meningkat sebesar 42,8%. Sistem ini memberikan dampak positif berupa peningkatan volume penjualan, stabilitas transaksi harian, pertumbuhan pelanggan baru, dan efisiensi pelayanan. Dengan demikian, pemanfaatan website e-commerce terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan usaha di era digital.

Kata kunci: E-Commerce, Sistem Informasi Penjualan, UMKM, Rapid Application Development, WordPress

Abstract

The development of information technology requires business actors to adapt to digital systems in managing their businesses. Aristha Store is an UMKM engaged in fashion but still applies traditional sales methods with manual recording which causes unorganized data and limited marketing reach. This research aims to develop a website-based e-commerce sales information system to improve operational effectiveness and expand market reach. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, and documentation studies. System development uses the Rapid Application Development (RAD) method with the WordPress platform. The results showed that the implementation of the e-commerce system successfully increased total sales from 320 transactions to 457 transactions within a four-week period or increased by 42.8%. This system provides positive impacts in the form of increased sales volume, daily transaction stability, new customer growth, and service efficiency. Thus, the utilization of e-commerce websites has proven to be able to increase the competitiveness of UMKM and provide a positive contribution to business growth in the digital era.

Keywords: E-Commerce, Sales Information System, MSME, Rapid Application Development, WordPress

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dalam memanfaatkan sistem berbasis komputer sebagai alat bantu pengolahan data dan transaksi bisnis. E-Commerce adalah sebuah bentuk transaksi yang berhubungan dengan aktivitas komersial, baik itu organisasi maupun individual yang berdasarkan pengolahan dan transmisi data yang terdigitalisasi, termasuk teks, suara dan gambar visual. Pada umumnya E-Commerce mencakup aplikasi perdagangan yang menggunakan media internet untuk melakukan transaksi online, seperti untuk belanja produk dan jasa [1]. Pemanfaatan

website sebagai media penjualan menjadi salah satu solusi yang mampu memberikan kemudahan dalam menghasilkan informasi secara cepat, tepat, dan akurat, serta memungkinkan terjadinya transaksi jual beli tanpa batasan jarak maupun waktu. Hal tersebut menjadikan teknologi informasi berbasis web sebagai sarana efektif dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif [2].

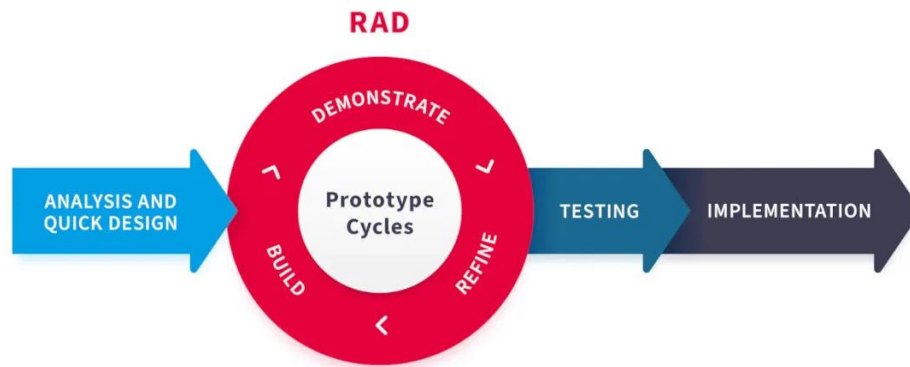
Aristha Store merupakan UMKM yang bergerak di bidang penjualan produk fashion, namun dalam pelaksanaannya masih menerapkan metode penjualan secara tradisional. Proses pemasaran dilakukan secara langsung maupun melalui komunikasi dasar di media sosial, sementara pencatatan stok dan transaksi dilakukan secara manual sehingga data sering kurang terorganisasi. Kondisi tersebut menyebabkan proses bisnis belum optimal dan jangkauan pemasaran masih terbatas pada wilayah tertentu, sehingga peluang perluasan pasar belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Komputerisasi merupakan salah satu solusi agar kita sebagai pelaku bisnis dapat melakukan pekerjaan secara cepat yang semula kita lakukan dengan cara manual [3].

Oleh karena itu, diperlukan pengembangan sistem informasi penjualan berbasis website pada Aristha Store sebagai solusi untuk meningkatkan efektivitas operasional dan pemasaran. Sistem ini diharapkan mampu membantu pengelolaan data penjualan dan stok secara lebih terstruktur, serta memperluas jangkauan promosi kepada masyarakat. Dengan adanya website, pelanggan dapat melakukan pemesanan produk secara mudah dan praktis dari mana saja, sehingga dapat meningkatkan daya saing serta berpotensi memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

2. METODE

Metodologi penelitian merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan seluruh aktifitas yang dilakukan dalam pengembangan sistem informasi penjualan berbasis website pada UMKM Aristha Store. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif [4]. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai kondisi nyata proses penjualan pada UMKM Aristha Store serta kebutuhan akan sistem informasi yang dapat mendukung kegiatan operasional usaha. Penelitian dilakukan dengan mengamati langsung proses bisnis yang berjalan untuk mengetahui kendala yang muncul dalam pengelolaan data penjualan, pencatatan stok barang, transaksi pelanggan, dan proses promosi yang masih dilakukan secara manual. Selain observasi, wawancara jugadilakukan dengan pemilik usaha guna memperoleh informasi yang lebih detail terkait kebutuhan pengguna dan harapan terhadap sistem yang akan dikembangkan. Studi dokumentasi digunakan untuk memperoleh berbagai data pendukung seperti catatan transaksi, data produk, serta riwayat penjualan sebelumnya sebagai dasar analisis pengembangan sistem [5].

Metode pengembangan sistem yang digunakan untuk penelitian ini adalah *Rapid Application Development* (RAD) karena dapat mempercepat proses pembangunan sistem dengan melibatkan pengguna secara aktif [6].



Gambar 1. *Rapid Application Development*

Tahapan RAD terdiri dari (1) Requirement planning atau proses perencanaan kebutuhan, dalam tahap ini diketahui hal apa saja yang menjadi kebutuhan system dengan mengidentifikasi suatu masalah, kebutuhan informasi dan kendala yang dihadapi sehingga dapat digunakan untuk menentukan tujuan, batasan masalah, batasan sistem dan juga alternatif pemecahan masalah. Pada tahap ini dilakukan identifikasi mengenai fitur, alur proses, hingga data apa saja yang diperlukan dalam sistem agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai [7], (2) Perancangan Sistem, di mana hasil analisis kebutuhan yang telah dikumpulkan diterjemahkan menjadi desain sistem yang lebih terstruktur. Perancangan sistem menggunakan UML dengan Use case Diagram untuk Pembuatan prototype tampilan website dan alur transaksi. Proses ini bersifat interaktif sehingga apabila terdapat bagian yang belum sesuai keinginan pengguna, desain dapat direvisi tanpa mengubah kesepakatan awal yang telah dibuat bersama [8], (3) Tahapan terakhir adalah implementasi sistem, mencakup penilaian, yang disebut sistem evaluasi untuk menentukan apakah sistem akan beroperasi dengan baik dan sudah sesuai. Ketika sistem selesai dikembangkan, akan dilakukan pengujian internal untuk memastikan tidak terdapat kesalahan baik pada fungsi maupun tampilan antarmuka. Setelah itu barulah dilakukan uji coba bersama pengguna untuk mendapatkan validasi akhir bahwa sistem telah memenuhi kebutuhan dan siap untuk dioperasikan [9].

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara offline yaitu mengunjungi UMKM Aristha Store, dimana peserta dan pemateri dalam suatu ruang meeting dan melakukan pembelajaran secara bersama-sama. Dalam kegiatan pelatihan ini menggunakan metode ceramah, praktik dan penugasan. Selain itu, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat juga memanfaatkan media sosial berupa Group Whatshap dalam kegiatan diskusi dan konsultasi terkait dengan materi yang diberikan. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 9 – 14 Maret 2026, dengan total jam pelaksanaan per sesi sebanyak 3 jam. Kegiatan pelatihan sebanyak tiga kali pertemuan secara online dengan uraian kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Uraian Kegiatan PKM

Tgl	Materi	Pemateri
9 Maret 2026	Teknik Foto Produk, Video Produk & Pembuatan logo usaha	Muh. Rasyid Ridha, M.Kom
11 Maret 2026	Membuat Website e-Commerce	Dwi Yuli Prasetyo, M.Kom
14 Maret 2026	maintenance Website e-Commerce	Dwi Yuli Prasetyo, M.Kom

Untuk menentukan peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka tim PKM mempertimbangkan kepada beberapa hal, diantaranya: 1. Peserta pelatihan memiliki kemampuan dalam mengoperasikan smartphone dan laptop; 2. Peserta pelatihan telah memiliki usaha atau memiliki produk untuk dijual secara online; 3. Bersedia mengikuti kegiatan

pengabdian kepada masyarakat hingga selesai. Dari hasil seleksi diperoleh peserta Workshop e-Commerce UMKM Aristha Store sebanyak 8 peserta. Peserta pelatihan juga mendapatkan e-book pelatihan yang dapat digunakan sebagai panduan dalam praktik pada UMKM Aristha Store.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan bantuan dari anggota lainnya, penulis berfokus pada peserta Workshop e-Commerce UMKM Aristha Store untuk memberikan layanan ini. Menginspirasi individu-individu yang berprestasi untuk memulai bisnis mereka sendiri; meningkatkan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi internet untuk strategi pemasaran yang efektif; dan mengusulkan ide-ide kreatif dan inovatif untuk sepenuhnya memanfaatkan potensi, seperti layanan pelanggan, pemasaran produk, teknologi internet, dan produk berkualitas premium. memberikan bimbingan dan pelatihan praktis kepada setiap peserta dalam memanfaatkan e-Commerce untuk memperluas cakupan pemasaran produk mereka.

Rincian kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan:

1. Kegiatan PKM dimulai pada tanggal 9 Maret 2026, wawancara dilakukan dengan pemilik UMKM Aristha Store, sebuah usaha kecil-menengah. Percakapan berkisar pada tantangan pemasaran, termasuk bertukar pikiran tentang ide dan pendekatan untuk meningkatkan penjualan online di Workshop e-Commerce UMKM Aristha Store. Kegiatan pengabdian ini berlangsung pada tanggal 9 Maret 2025. Mahasiswa bersama tim PKM FTIK UNISI mengunjungi lokasi usaha UMKM di Kawasan Tengah Kota Tembilahan di UMKM Aristha Store. Tim dan mahasiswa memberikan pemahaman mengenai prinsip dan metode internet marketing yang akan diterapkan, terlihat dalam Gambar 2



Gambar 2. Workshop e-Commerce UMKM Aristha Store Tembilahan

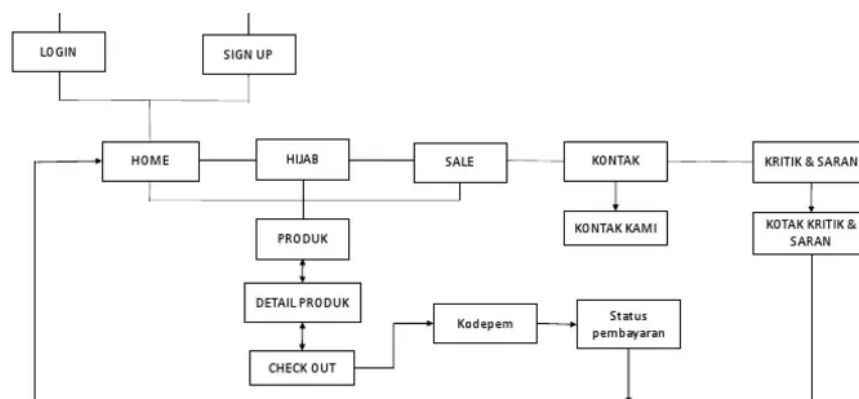
2. Pendampingan dan Penggalan Informasi : Membantu dalam proses melakukan penelitian dan mengkategorikan produk berdasarkan jenisnya. Untuk meningkatkan tampilan produk di halaman dan akun penjualan online, ambil gambarnya. Karena mereka hanya dapat melihat foto produk, pelanggan sebagian besar tertarik dengan tampilan produk, dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan dan Penggalian Informasi PKM di UMKM Aristha Store Tembilaan

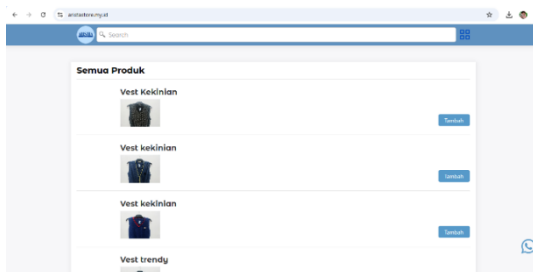
3. Pengembangan alat pemasaran digital: Fase awal membangun e-Commerce dan pemasaran online melibatkan penentuan masalah yang akan digunakan sebagai dasar untuk eksekusi. UMKM Aristha Store membutuhkan sistem e-Commerce berbasis internet untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Interface e-Commerce yang mudah digunakan dirancang untuk memudahkan UMKM Aristha Store dalam mengunggah gambar produk, menangani pesanan, memproses pembayaran, dan menghasilkan laporan keuangan. Solusi e-Commerce ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pesanan untuk meningkatkan pendapatan penjualan bagi UMKM Aristha Store Tembilaan.

Pelanggan dapat mengakses aplikasi e-Commerce yang dihasilkan oleh PKM yang telah selesai dibuat di www.aristastore.my.id. Untuk mempermudah penggunaan website, sebuah buku panduan juga telah dibuat. Aplikasi e-Commerce yang telah selesai dibuat memiliki menu-menu sebagai berikut, seperti yang terlihat pada Gambar 4



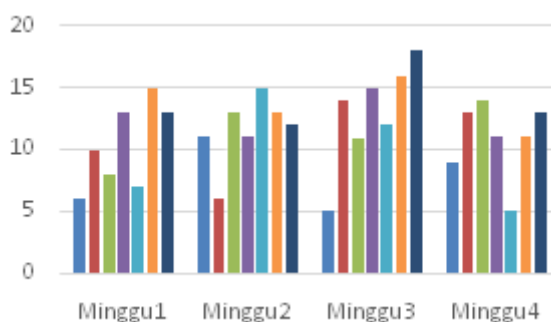
Gambar 4. Hierarki Menu Pada Menu Web e-Commerce www.aristastore.my.id

Proses mengubah desain menjadi program aplikasi yang dapat digunakan oleh orang lain dikenal dengan istilah implementasi. Pada tahap ini, hasil rancangan perangkat lunak telah diubah menjadi sebuah keluaran berupa aplikasi sistem e-Commerce yang diimplementasikan oleh penulis. Pada UMKM Aristha Store Tembilahan, berikut ini adalah eksekusi program perancangan e-Commerce berbasis website:



Gambar 5. Halaman Utama Web e-Commerce www.aristastore.my.id

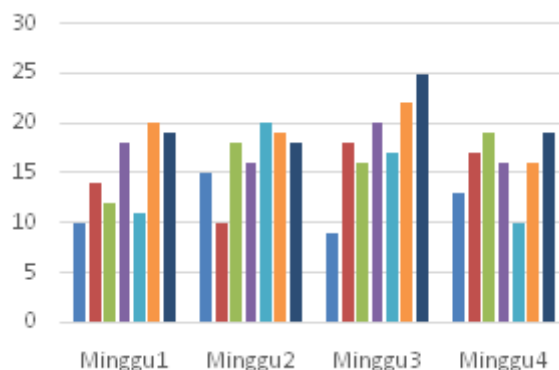
Uji coba dilakukan bersama pemilik Toko Aristha Store untuk memastikan sistem dapat berjalan dengan lancar.



Gambar 6. Grafik Penjualan Sebelum Ada Sistem

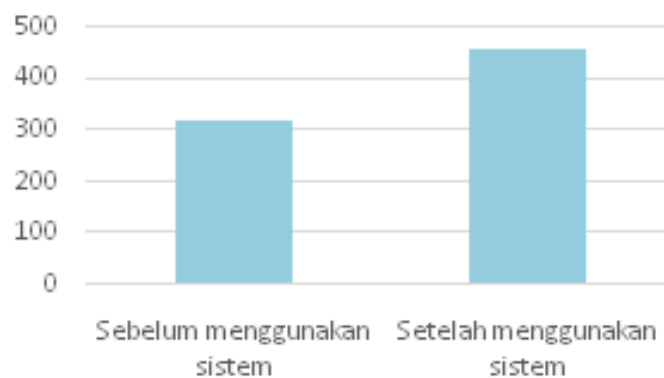
Gambar 6 menampilkan grafik penjualan harian pada Aristha Store selama periode empat minggu sebelum diterapkannya sistem penjualan berbasis website. Setiap batang dalam grafik menunjukkan jumlah transaksi yang dilakukan pelanggan secara langsung di toko, tanpa adanya media pemesanan online. Secara umum, grafik memperlihatkan bahwa penjualan belum stabil dan masih dipengaruhi oleh kondisi tertentu seperti jam operasional, cuaca, dan kunjungan pelanggan yang bersifat tidak menentu. Selain itu, belum adanya media promosi digital menyebabkan jangkauan pemasaran terbatas sehingga transaksi yang terjadi masih relatif rendah dan fluktuatif antar hari maupun antar minggu. (1) Minggu 1, pada minggu pertama, jumlah penjualan masih berada pada tingkat yang rendah dan cenderung tidak stabil. Terlihat adanya perbedaan signifikan antahari, dimana puncak penjualan terjadi pada hari Sabtu sebesar 15 transaksi, sedangkan terendah pada hari Senin sebesar 6 transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan masih bergantung pada kondisi lingkungan dan pembeli yang datang langsung ke toko. (2) Minggu 2, pada minggu kedua terlihat adanya kenaikan pada beberapa hari seperti Jumat dan Sabtu yang mencapai 15 dan 13 transaksi. Namun, penjualan masih fluktuatif terutama pada hari Selasa yang turun menjadi 6 transaksi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pemasaran yang dilakukan masih belum menjangkau konsumen secara luas, (3) Minggu 3, minggu ketiga

menunjukkan kenaikan yang lebih baik dibanding minggu sebelumnya. Hari Minggu menjadi puncak transaksi dengan 18 pesanan. Pola ini memperlihatkan bahwa akhir pekan memberikan kontribusi besar pada penjualan, karena lebih banyak konsumen yang memiliki waktu untuk berbelanja, (4) Minggu, pada minggu keempat, penjualan kembali mengalami penurunan di beberapa hari seperti Jumat yang hanya mencapai 5 transaksi. Kondisi ini menunjukkan bahwa tanpa strategi pemasaran yang tepat, penjualan tidak dapat meningkat secara konsisten.



Gambar 7. Diagram Penjualan Setelah Ada Sistem

Gambar 7 menunjukkan grafik penjualan selama empat minggu setelah implementasi website e-commerce pada Aristha Store. Penerapan sistem ini memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pemesanan kapan saja tanpa harus datang langsung ke toko. Tidak hanya itu, penyajian informasi produk yang lebih lengkap serta adanya strategi promosi melalui platform digital turut menarik minat lebih banyak pembeli. Pada grafik terlihat bahwa penjualan meningkat secara signifikan dan cenderung lebih stabil setiap minggunya, menunjukkan bahwa sistem e-commerce mampu memberikan dampak positif terhadap kinerja penjualan toko. (1) Minggu 1 setelah penerapan sistem e-commerce, terjadi peningkatan volume penjualan secara signifikan. Penjualan tertinggi berada pada hari Sabtu sebanyak 20 transaksi, sedangkan terendah pada hari Jumat sebesar 11 transaksi. Hal ini membuktikan bahwa kemudahan akses pembelian melalui website mulai dimanfaatkan konsumen. (2) Minggu 2 penjualan pada minggu kedua semakin stabil dengan jumlah transaksi yang meningkat dalam hampir seluruh hari. Puncak penjualan terjadi pada Jumat dengan 20 transaksi. Peningkatan ini dipengaruhi oleh promosi yang lebih terarah melalui media digital sehingga menarik lebih banyak pembeli, (3) Minggu 3 menunjukkan peningkatan yang lebih signifikan lagi, terutama pada hari Minggu yang mencapai 25 transaksi. Keberhasilan strategi pemasaran online memberikan dampak besar terhadap minat dan kenyamanan belanja konsumen, (4) Minggu 4 meskipun terdapat sedikit penurunan pada hari Jumat, penjualan secara umum tetap lebih tinggi dibandingkan sebelum adanya sistem. Website penjualan berhasil meningkatkan jangkauan pemasaran, sehingga transaksi tetap terjaga pada angka yang stabil.



Gambar 8. Diagram Perbandingan Total Penjualan

Diagram total perbandingan penjualan sebelum dan sesudah penerapan sistem e-commerce memperlihatkan adanya peningkatan yang sangat jelas. Sebelum penggunaan sistem berbasis website, total transaksi penjualan hanya mencapai 320 penjualan. Setelah sistem e-commerce diterapkan, jumlah penjualan meningkat secara signifikan menjadi 457 penjualan. Kenaikan sebesar 137 penjualan tersebut menunjukkan bahwa implementasi sistem memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan penjualan di Aristha Store. Peningkatan ini tidak terlepas dari berbagai kemudahan yang diperoleh pelanggan, seperti akses pemesanan yang lebih fleksibel, informasi produk yang lebih lengkap, serta dukungan promosi digital yang memperluas jangkauan pasar. Selain itu, penerapan sistem dengan metode pengembangan yang tepat mampu menghasilkan aplikasi yang sesuai kebutuhan pengguna dan mudah dioperasikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kehadiran sistem e-commerce berperan penting dalam mendukung pertumbuhan kinerja usaha, khususnya dalam hal peningkatan produktivitas dan volume penjualan di Aristha Store.

Dampak positif yang diperoleh setelah penerapan sistem antara lain (1) Peningkatan volume penjualan, sistem pemesanan berbasis website memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi secara online sehingga jumlah penjualan meningkat dibandingkan sebelumnya, (2) Penjualan lebih stabil setiap hari, karena website dapat diakses kapan saja, transaksi dapat terjadi kapan pun tanpa bergantung pada keberadaan pelanggan di toko secara fisik, (3) Pertumbuhan pelanggan baru, Aristha Store lebih mudah ditemukan melalui pencarian internet, sehingga menarik konsumen baru yang sebelumnya belum mengetahui toko tersebut, (4) Transaksi dapat masuk di luar jam operasional, pemesanan tetap dapat dilakukan meskipun toko sedang tutup, sehingga jumlah penjualan harian mengalami peningkatan yang cukup signifikan, (5) Tingkat repeat order lebih tinggi, proses pemesanan yang cepat dan praktis membuat pelanggan merasa nyaman dan lebih sering melakukan pemesanan ulang, (6) Efisiensi pelayanan pemesanan, proses pencatatan dan penerimaan pesanan menjadi lebih cepat sehingga toko mampu menangani lebih banyak order dalam satu waktu, (7) Media promosi yang lebih efektif, website mendukung pemasaran digital sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan ketertarikan pembeli terhadap produk yang ditawarkan. Pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi sistem informasi penjualan berbasis website mampu mengoptimalkan pengelolaan operasional Aristha Store dan meningkatkan kemudahan layanan kepada pelanggan. Selain itu, sistem ini juga dapat mengurangi ketergantungan pada pencatatan manual sehingga lebih efisien dan minim kesalahan. Hasil yang diperoleh sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM terutama dalam hal pemasaran dan penjualan. Dengan demikian, penggunaan website penjualan tidak hanya berfungsi sebagai

sarana transaksi, tetapi juga menjadi media branding, promosi, serta strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan bagi Aristha Store.

4. KESIMPULAN

Implementasi sistem informasi penjualan berbasis website e-commerce pada UMKM Aristha Store telah berhasil memberikan solusi terhadap permasalahan pengelolaan penjualan yang sebelumnya dilakukan secara manual. Pengembangan sistem menggunakan metode Rapid Application Development (RAD) dengan platform WordPress terbukti efektif dalam menghasilkan website yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mudah dioperasikan. Perancangan sistem dengan UML memberikan struktur yang jelas dalam menggambarkan interaksi antara admin dan pelanggan, sehingga proses bisnis menjadi lebih terorganisir dan efisien. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penerapan sistem e-commerce memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja penjualan Aristha Store. Total penjualan meningkat dari 320 transaksi menjadi 457 transaksi dalam periode empat minggu, atau meningkat sebesar 137 transaksi. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses pemesanan online, informasi produk yang lengkap, dan strategi promosi digital mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan volume transaksi secara konsisten. Selain itu, sistem ini juga memberikan manfaat berupa stabilitas penjualan harian, pertumbuhan pelanggan baru, dan efisiensi dalam pelayanan pemesanan. Keberadaan website e-commerce tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi, tetapi juga menjadi sarana branding, promosi, dan strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan bagi UMKM Aristha Store. Sistem ini berhasil mengurangi ketergantungan pada pencatatan manual, meminimalkan risiko kesalahan data, dan memungkinkan transaksi berlangsung di luar jam operasional toko. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi informasi berbasis website terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan usaha di era

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Alridhani and A. G. Persada, "Implementasi Media Sosial dan E-commerce untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Sayur dan Peternakan (Studi Kasus: Desa Sumberejo)".
- [2] N. Fatmawati, A. Zunaidi, A. Y. Septiana, F. L. Maghfiroh, N. R. Pinkytama, and L. Y. Prihartini, "Meningkatkan daya saing usaha lokal melalui literasi dan pemanfaatan e-commerce," *JIPEMAS*, vol. 8, no. 2, pp. 375–390, Apr. 2025, doi: 10.33474/jipemas.v8i2.22691.
- [3] Y. Yerizal, "Meningkatkan Kapasitas Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Pelatihan E-Commerce," *Jurnal Pengabdian Sosial*, vol. 1, no. 10, pp. 1638–1647, Aug. 2024, doi: 10.59837/xbv82238.
- [4] A. D. Evasari, Y. B. Utomo, and D. Ambarwati, "Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri," *CENDEKIA*, vol. 1, no. 2, p. 75, Dec. 2019, doi: 10.32503/cendekia.v1i2.603.
- [5] S. Rahayu, I. P. G. Diatmika, and I. Fitriani, "PELATIHAN DAN SOSIALISASI PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA".
- [6] A. Bashir, D. Susetyo, A. Hidayat, H. Hamira, and B. T. Aini, "Pelatihan E-commerce pada Industri Rumah Tangga di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir," *Sricommerce: J. of Sriwijaya Comm. Serv.*, vol. 1, no. 1, pp. 17–24, Sep. 2020, doi: 10.29259/jscs.v1i1.6.
- [7] N. N. Qisthani, A. Darmawan, E. Fauziah, and S. Hidayatuloh, "Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah," *ijcosin*, vol. 1, no. 1, pp. 27–32, Aug. 2021, doi: 10.20895/ijcosin.v1i1.271.

- [8] N. N. Qisthani, A. Darmawan, E. Fauziah, and S. Hidayatuloh, "Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah," *ijcosin*, vol. 1, no. 1, pp. 27-32, Aug. 2021, doi: 10.20895/ijcosin.v1i1.271.
- [9] T. Hariono, H. Ashoumi, H. Q. Tabiin, and M. K. Faizin, "PKM Pembuatan E-Commerce Desa Banjarsari," 2021.