

PEMBUATAN E-COMMERCE UNTUK PRODUK INTERIOR PADA PENGRAJIN KOMUNITAS HOBI KAYU PADANG

Selvi Zola Fenia¹, Hadi Syahputra², Romi Wijaya³
^{1,2,3}Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia
selvizolafenia@upiyptk.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Salah satu pemanfaatan teknologi terdapat pada pemanfaatan internet dalam hal ekonomi, banyak sekali perusahaan kecil ataupun besar yang menggunakan internet untuk mengembangkan bisnisnya. Hobi Kayu Padang (HKP) adalah sebuah komunitas dari para pengrajin kayu yang berdiri pada tahun 2018 di Padang dengan jumlah anggota 23 orang. Metode pelaksanaan dalam kegiatan PKM ini berupa sosialisasi dalam membangun sistem e-commerce berbasis *website* dan memberikan pelatihan untuk pemakaian aplikasi *e-commers*. Kegiatan PKM ini dilaksanakan di workshop dan basecamp Aur Duri Padang yang dilaksanakan selama 2 hari, pada tanggal 28 dan 29 Oktober 2023, dihadiri oleh 19 orang peserta yang merupakan bagian dari keanggotaan komunitas Hobi Kayu Padang (HKP). Manfaat dari kegiatan ini adalah untuk mempermudah anggota komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) mempromosikan dan mengenalkan produk atau hasil karya di bidang kayu interior secara online dengan menggunakan aplikasi *e-commers*. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah untuk memudahkan anggota HKP dalam memasarkan hasil karya, supaya produk dapat dilihat oleh masyarakat dengan melihat gambar dan membaca *description* dan langsung menghubungi *contact* anggota komunitas HKP yang tersedia. Dari kegiatan PKM ini didapatkan hasil bahwa 75% anggota HKP yang mengikuti kegiatan ini dapat menikmati kemudahan untuk memasarkan produk dan hasil karyanya sehingga menjadi peluang besar untuk pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya serta memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga berpeluang menembus ekspor.

Kata Kunci: *E-commers, Marketing, Website, Komunitas.*

Abstract: *One of the uses of technology is the use of the internet in economic terms. Many small and large companies use the internet to develop their business. Padang Wood Hobby (HKP) is a community of wood craftsmen which was founded in 2018 in Padang with 23 members. The implementation method for this PKM activity is in the form of socialization in building a website-based e-commerce system and providing training for using e-commerce applications. This PKM activity was carried out at the Aur Duri workshop and basecamp in Padang which was held for 2 days, on 28 and 29 October 2023, attended by 19 participants who were part of the Padang Wood Hobby (HKP) community. The benefit of this activity is to make it easier for Hobi Kayu Padang (HKP) community members to promote and introduce products or work in the interior wood sector online using the e-commerce application. The aim of this PKM activity is to make it easier for HKP members to market their work, so that the product can be seen by the public by looking at the picture and reading the description and directly contacting the available contacts of HKP community members. From this PKM activity, the result was that 80% of HKP members who took part in this activity were able to enjoy the ease of marketing their products and work, making it a great opportunity for MSME players to develop their business and enabling MSMEs to market with the aim of the global market, so that they have the opportunity to penetrate exports.*

Keywords: *E-commers, Marketing, Websites, Community.*



Article History:

Received: 15-03-2024

Revised : 18-03-2024

Accepted: 06-06-2024

Online : 13-06-2024



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Pengrajin kayu merupakan seseorang yang membangun dan memperbaiki barang-barang yang terbuat dari kayu. Pekerjaan yang harus dilakukan pengrajin kayu adalah memperoleh kayu, menentukan konsep produk, memotong kayu, membentuk kayu, dan melakukan finishing. Kayu ringan adalah tren dekorasi saat ini (Wahyuningrum, 2018). Demikian pula furnitur dengan aksesoris kuno memiliki daya tarik tersendiri. Demikian juga, Tukang kayu adalah seorang profesional yang membuat karya seni sejati untuk mendekorasi rumah atau ruang interior lainnya (Dewanti et al., 2021).

Produk interior atau furnitur adalah istilah yang digunakan untuk perabot rumah tangga yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang, tempat duduk, tempat tidur, tempat mengerjakan sesuatu dalam bentuk meja atau tempat menaruh barang di permukaannya. Misalnya furnitur sebagai tempat penyimpanan biasanya dilengkapi dengan pintu, laci dan rak, contoh lemari pakaian, lemari buku dan lain-lain (Rahmatullah, 2019). Furnitur berasal dari bahasa Prancis adalah *furniture* (1520-30 Masehi). Furnitur mempunyai asal kata *fournir* yang artinya furnish atau perabot rumah atau ruangan. Walaupun mebel dan furnitur punya arti yang berbeda, tetapi yang ditunjuk sama yaitu meja, kursi, lemari, dan seterusnya. Furnitur sebagai produk artistik biasanya terbuat dari kayu pilihan dengan warna dan tekstur indah yang dikerjakan dengan penyelesaian akhir yang halus (Ancilla et al., 2016). Menyajikan furnitur yang tepat, maka rumah akan makin indah dan menarik. Furniture dapat mengekspresikan interior rumah yang sesuai dengan gaya dan kepribadian, karena furnitur adalah modal utama dalam penentuan interior (Naibaho, 2021).

Hobi Kayu Padang (HKP) adalah sebuah komunitas dari para pengrajin kayu yang berdiri pada tahun 2018 di Padang. Komunitas ini fokus mengadakan kegiatan yang membantu peningkatan bakat anggota seperti mengadakan *workshop* keahlian membuat dan memperbaiki *furniture*, pelatihan-pelatihan, seminar tentang per kayu, pameran karya, diskusi dengan sesama anggota komunitas terkait *update* per kayu dan permasalahan yang terjadi (Syahputra et al., 2021). Dengan adanya suatu wadah yang tepat dapat menjadi sarana yang tepat dalam menyalurkan bakat dengan optimal dan pada akhirnya bisa memberikan peluang untuk memulai dan memperoleh peluang bisnis (Fenia & Candra, 2022).

Keuntungan penerapan *e-commerce* dapat dilihat dari segi pemilik usaha dan juga bagi pelanggan. Bagi pihak pemilik usaha adalah biaya operasional yang lebih murah, dapat membantu pemilik usaha dalam mengelola barang yang dijual, dan juga dapat memperluas jaringan pemasaran produknya (Sukamdani & Istuningsih, 2018). Kemudian bagi pelanggan adalah kemudahan pemesanan yang dapat dilakukan dimana saja, misalkan pelanggan dapat mengakses website *e-commerce* di rumah ketika ingin mencari produk yang dibutuhkan, selain itu juga dapat membantu pelanggan

membandingkan harga dari e-commerce yang satu dan lainnya yang menjual produk dengan harga yang sama (Bojonegoro et al., 2019).

Dunia bisnis atau usaha merupakan kegiatan atau usaha yang paling banyak diminati di kalangan masyarakat. Karena saat ini banyak sekali bermunculan trend bisnis yang unik dan menarik. Kemajuan dalam bidang teknologi, pebisnis tidak perlu lagi mengalami kesulitan dalam mencari informasi apapun mengenai kegiatan atau aktivitas bisnisnya (Nanda, 2018). Bahkan dengan adanya teknologi dan juga internet, pelaku bisnis lebih mudah memperoleh informasi yang tepat dan relevan. Penggunaan teknologi dan internet dalam dunia bisnis ini berubah fungsi, dari yang sebelumnya sebagai alat untuk pertukaran informasi menjadi alat untuk mewujudkan strategi bisnisnya (Kurniawans & Anwar, 2017).

Semakin ketatnya persaingan di dalam dunia usaha pada saat sekarang ini telah membuat para pelaku usaha harus memiliki senjata yang dapat dijadikan sebagai keunggulan untuk lebih mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Kondisi tersebut menyebabkan para pelaku usaha semakin gencar mencari solusi maupun program usaha yang dapat meningkatkan daya saing dan meningkatkan dari segi pemasaran.

Proses pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan (Dong, 2021). Salah satu pemanfaatan teknologi terdapat pada pemanfaatan internet dalam hal ekonomi, banyak sekali perusahaan kecil ataupun besar yang menggunakan internet untuk mengembangkan bisnisnya (Aynie et al., 2021). Menjalankan bisnis *e-commerce* bukanlah hal yang mudah, tetapi seorang pelaku usaha atau pengrajin interior pada komunitas Hobi Kayu Padang akan selalu melihat peluang, memanfaatkan teknologi, dan menggunakan layanan yang mendukung kemajuan bisnis. Dengan menerapkan cara-cara tersebut, bisnis yang menggunakan *e-commerce* akan berjalan dengan maksimal dan tentunya mendapatkan keuntungan dari produk-produk yang telah terjual (Rofiki & Muhimmah, 2021).

E-commerce merupakan salah satu bisnis yang menggunakan aplikasi atau situs jual beli secara *online*. Indonesia memiliki berbagai jenis *e-commerce* dengan berbagai fasilitas dengan kelebihanannya masing-masing. Aplikasinya ada yang sudah berhasil menarik pengguna dengan jumlah sangat banyak. Untuk bisa menarik pengguna dan pelanggan yang banyak itu dibutuhkan strategi pemasaran e-commerce. (Sidik, 2019). Kegiatan PKM yang dilaksanakan dengan memberikan sosialisasi penggunaan dan manfaat dalam aplikasi *e-commerce* dan anggota komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) mampu menjalankan aplikasi tersebut dengan tujuan peningkatan dalam memasarkan produk dan hasil karya berupa furniture dengan memanfaatkan *e-commerce*.

B. METODE PELAKSANAAN

Komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) lahir dari komunitas nasional Hobi Kayu Indonesia yang merupakan Chapter Padang. Komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) merupakan sebuah organisasi yang sudah terbentuk pada tahun 2018. Seperti namanya, anggota komunitas ini merupakan orang-orang yang memiliki hobi berkreasi dengan kayu. Saat kumpul, mereka akan membicarakan soal furnitur apa yang bisa dibuat dari kayu, cara finishing, atau pengalaman terkait bisnis furnitur yang digeluti. Mitra kegiatan PKM ini adalah seluruh anggota pada komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) yang berjumlah 23 orang. Setiap anggota memiliki workshop dan telah menghasilkan produk atau hasil karya pada bidang furniture dan interior yang tersebar di Sumatera Barat.

Pelaksanaan kegiatan PKM, dimulai dengan survey yang dilakukan untuk mendapatkan data pertama pemetaan lokasi sebagai basecamp di Aur Duri kecamatan Padang Timur sebagai pengrajin kayu pada komunitas Hobi Kayu Padang. Mereka yang menawarkan produknya melalui *e-commerce* mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Metode pelaksanaan kegiatan PKM yang digunakan adalah berupa sosialisasi dan pelatihan kepada para anggota komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) dengan melakukan pelatihan berupa praktek penerapan pemasaran produk melalui *e-commerce*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui sistem tatap muka. Dalam pelaksanaannya yang dilaksanakan selama 2 hari, pada tanggal 28 dan 29 Oktober 2023, dihadiri oleh 19 orang peserta yang merupakan bagian dari keanggotaan komunitas Hobi Kayu Padang (HKP). Tahapan dalam pelaksanaan PKM ini adalah:

1. Tahap Persiapan. Tim PKM melakukan persiapan dengan melakukan survey dan wawancara pada anggota HKP terkait produk dan metode pemasaran mereka. Komunitas HKP ini beranggotakan 23 Orang dan masing masing memiliki workshop.
2. Tahap Pelaksanaan. Tim PKM melaksanakan kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober 2023 dan pelatihan berupa praktek dalam penggunaan e-commerce pada tanggal 29 Oktober 2023. Kegiatan ini dihadiri oleh 19 orang anggota yang berlokasi di Jl. Aur Duri Kecamatan Padang Timur, Kota Padang.

3. Tahap Evaluasi. Hasil kegiatan PKM ini adalah anggota HKP mampu menggunakan e-commerce yang sudah disosialisasikan oleh tim PKM untuk mempermudah dalam memasarkan produk furniture dan interior yang merupakan hasil karya komunitas HKP. Anggota HKP sudah mampu mengupload foto hasil karya dan menjelaskan melalui deskripsi gambar. Dengan memanfaatkan e-commerce, anggota komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) dapat meningkatkan dan memperluas jangkauan marketing.

Tabel 1. Rincian Hasil Keanggotaan Pelaksanaan Kegiatan PKM

Jumlah Anggota	Kehadiran Kegiatan Anggota	Memanfaatkan E-commerce	% Pemanfaatan E-commerce
23 orang	19 orang	16 orang	75%

1. Mengenalkan e-commerce kepada HKP

Berdasarkan hasil survey lapangan pada komunitas Hobi Kayu Padang (HKP), hampir 80 persennya mengalami kendala dalam pemasaran produk dan jasa mereka, di mana hasil penjualan tidak maksimal karena metode pemasaran yang sangat terbatas. Pertumbuhan penggunaan internet yang berkembang dengan pesat seharusnya menjadi alasan mengapa kegiatan usaha harus mencoba menerapkan *e-commerce* pada masyarakat. Walaupun memang perkembangan pengguna *e-commerce* belum begitu mengesankan dibandingkan dengan pertumbuhan pengguna internet. Fenomena e-commerce belum dapat dipahami dan didukung dengan baik terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Konsumen masih belum memiliki kepercayaan terhadap keamanan bertransaksi, kesamaan produk yang ditampilkan dengan kenyataannya, sampai dengan konsumen yang memang belum memiliki kemampuan untuk itu. Dengan adanya internet proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu. Salah satu penerapan internet dalam bidang bisnis dan perdagangan adalah *electronic commerce (e-commerce)*.



Gambar 1. Sosialisasi Pengenalan E-commerce

Pada Gambar 1 diatas adalah kegiatan dari Tim PKM dalam mensosialisasikan manfaat dan cara menggunakan e-commerce untuk

memudahkan memasarkan hasil karya dari komunitas Hobi Kayu Padang (HKP).

2. Pembangunan *E-commerce*

Hal pertama yang dilakukan dalam analisis sistem adalah melakukan pengumpulan data. Berdasarkan hasil pengumpulan data didapat mengenai gambaran proses bisnis sistem. Proses bisnis yang ada di komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) adalah sebagai berikut: Proses pemesanan pada workshop Hobi Kayu Padang (HKP) dilakukan dengan cara pelanggan datang langsung dan menentukan design produk serta ukuran yang diinginkan, apabila pelanggan sudah cocok dengan kebutuhannya, pelanggan bisa langsung mengkonfirmasi kepada tim survey agar dapat meninjau langsung ke lapangan, admin membuat data pemesanan dan mengkonfirmasi untuk proses transaksi pembayarannya kepada pelanggan, kemudian apabila pelanggan sudah membayar, langsung dilakukan persiapan bahan dan kebutuhan hingga pesanan dapat di proses. Berdasarkan proses bisnis yang terjadi spesifikasi kebutuhan sistem informasi pengerjaan interior yang di rancang terdapat dua pengguna yang berinteraksi dengan rancangan sistem informasi penjualan ini yaitu: pelanggan, dan admin. Kedua pengguna tersebut memiliki kebutuhan informasi yang berbeda-beda: (a) Pelanggan/Member, harus login terlebih dahulu agar dapat melihat produk-produk yang dijual di halaman website, dapat melakukan transaksi pembelian produk pada halaman website, dapat melakukan konfirmasi pembayaran, dan logout apabila sudah mengakses website; dan (b) Admin, dapat mengelola data produk, dapat mengelola data kategori, dapat melihat pengunjung yang menjadi member, dapat melihat data pemesanan dan konfirmasi pembayaran. Desain Database Entity Relationship Diagram (ERD) adalah suatu model jaringan yang menggunakan susunan data yang disimpan dalam sistem secara abstrak. Desain Antar Muka Berikut desain antar muka sistem usulan pemesanan interior, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tampilan E-commers HobiKayuPadang

Setelah mengikuti langkah-langkah sebagaimana di atas, maka aplikasi web HobiKayuPadang telah terpasang dan sudah dapat digunakan. Untuk menggunakan aplikasi web HobiKayuPadang buka browse kemudian ketikkan pada kolom alamat: `http://localhost` atau

<http://localhost/HobiKayuPadang> maka akan muncul tampilan aplikasi web HobiKayuPadang.

Dalam perancangan sistem pemesanan produk/interior, bahasa pemrograman PHP dan HTML digunakan untuk mentranslasikan desain ke dalam perangkat lunak. Kode yang mirip dengan kode pemrograman yang sebenarnya. Proses selanjutnya dilakukan pengujian program yang telah dibuat untuk melihat adanya kesalahan sistem pengolahan data baik dari segi fungsi maupun logic program. Pengujian black box yaitu menguji perangkat lunak dari segi spesifikasi fungsional tanpa menguji desain dan kode program digunakan untuk mengetahui apakah fungsi-fungsi, masukan dan keluaran dari perangkat lunak sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan. Proses terakhir yang dilakukan yaitu pemeliharaan secara berkala atas program yang dibuat. Dukungan dan pemeliharaan dapat dilakukan dengan menyesuaikan perubahan-perubahan data. Melakukan evaluasi setelah program digunakan pengguna agar dapat dilakukan perbaikan kedepannya.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Sosialisasi dan pelatihan *e-commerce* yang telah dilakukan berjalan dengan lancar dan penuh dukungan dari ketua serta anggota komunitas Hobi Kayu Padang (HKP). Setelah melakukan implementasi serta pengujian pada sistem yang sudah dibangun maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Sekitar 75% anggota komunitas Hobi Kayu Padang dapat mengoperasikan *e-commers* sesuai dengan Langkah – Langkah yang sudah di sosialisasikan pada kegiatan PKM; (2) Dengan adanya Pembangunan Aplikasi *e-commerce* maka dapat menunjang penjualan produk-produk para anggota dari komunitas Hobi Kayu Padang (HKP); dan (3) *E-Commerce* dapat diakses oleh customer secara luas dengan mudah dan cepat menggunakan jaringan internet tanpa harus beli langsung ke lokasi atau workshop anggota komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) Saran untuk komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) setelah kegiatan ini berlangsung, adalah selalu meninjau dan meng *update* dengan cara meng *upload* hasil karya terbaru untuk *upgrade* pada *e-commers* sehingga dapat menjadi pilihan bagi konsumen yang ingin membeli dan dapat meningkatkan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih bahwasanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini sepenuhnya dibiayai oleh Yayasan Perguruan Tinggi Komputer (YPTK) pada Universitas Putra Indonesia YPTK Padang melalui dana hibah. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada para anggota komunitas Hobi Kayu Padang (HKP) yang telah bersedia dan berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini. Sehingga kedepannya dapat menikmati dan

memanfaatkan dalam pembangunan e-commerce dan menunjang penjualan produk.

DAFTAR RUJUKAN

- Ancilla, D., Sari, S. M., Poillot, J. F., Studi, P., Interior, D., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2016). *Pendekatan Ruang Fleksibel*. 4(2), 413–422.
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 17(1), 136–143. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- Bojonegoro, K., Bojonegoro Vallen Laurinda Defrina Widyawan, K., Indah Mindarti, L., & Setyowati, E. (2019). Pengembangan Industri Pengolahan Kayu Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Lokal (Studi pada Desa Sukorejo. *Jap*), 3(7), 1105–1110.
- Dewanti, F. D., Guniarti, G., Sulistyono, A., Koentjoro, Y., & Liliek, L. (2021). Pengembangan dan peningkatan kualitas usaha kerajinan berbasis limbah kayu jati. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(1), 118. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i1.9108>
- Dong, Z. (2021). Construction of Mobile E-Commerce Platform and Analysis of Its Impact on E-Commerce Logistics Customer Satisfaction. *Complexity*, 2021. nama jurnal? vol? issue? halaman?<https://doi.org/10.1155/2021/6636415>
- Fenia, S. Z., & Candra, Y. (2022). *The Role of the Hobi Kayu Padang in Developing Talent for Obtaining Business Opportunities*. 6(3), 378–384.
- Kurniawans, R., & Anwar, S. N. (2017). Membangun Situs E-Commerce Penjualan Dan Pemesanan Miniatur Bus Menggunakan Metode Waterfall.nama jurnal? *Sintak*, 1,issue? 340.
- Naibaho, O. B. (2021). Produk Interior Modular Berbasis Budaya Nusantara Dengan Memanfaatkan Material Rotan Untuk Interior Cafe. *Jurnal Desain Interior*, 6(2), 81. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v6i2.8125>
- Nanda, A. Y. (2018). Analisis Strategi Pemasaran yang Efektif bagi Pengguna E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(1), 11–19. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i1.346>
- Rahmatullah, M. (2019). *Manajemen Produksi Mebel Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Di Home Industri Surya Jati Mekar Di Desa Beraim Kecamatan Raya Tengah Kabupaten Lombok Tengah)*. Desember. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Rofiki, M., & Muhimmah, K. (2021). Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47–56. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v7i2.981>
- Sidik, M. (2019). Perancangan dan Pengembangan E-commerce dengan Metode Research and Development. *Jurnal Teknik Informatika Unika St. Thomas (JTIUST)*, 04(01), 2548–1916.
- Sukamdani, N. B., & Istuningsih, W. (2018). Perancangan Strategi E-Commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus “Songketkito” Kain Khas Palembang). *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, VII(1), 77–89.
- Syahputra, H., Mahessya, R. A., & Jamhur, A. I. (2021). Sosialisasi Aplikasi Sketchup Untuk Umkm Komunitas Hobi Kayu Padang Dalam Mendesain Produk Interior. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)*, 1(2), 144–147.
- Wahyuningrum, R. (2018). Analisis Strategi E-Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Online. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 21(3), 275–290. <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/143>