

## PERANAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS PADA PKK

Jeperson Hutahaean<sup>1\*</sup>, Neni Mulyani<sup>2</sup>, Zulfi Azhar<sup>3</sup>, Adinda Salsabila<sup>4</sup>,  
Dewi Ananda<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Komputer Royal,  
Kisaran, Indonesia

[jepersonhutahean@gmail.com](mailto:jepersonhutahean@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [neni.muliani@gmail.com](mailto:neni.muliani@gmail.com)<sup>2</sup>, [zulfi\\_azhar@yahoo.co.id](mailto:zulfi_azhar@yahoo.co.id)<sup>3</sup>,  
[adindasalsabilla@gmail.com](mailto:adindasalsabilla@gmail.com)<sup>4</sup>, [dewiananda@gmail.com](mailto:dewiananda@gmail.com)<sup>5</sup>

---

### ABSTRAK

---

**Abstrak:** Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut kita dapat memanfaatkan suatu layanan secara online yang berupa e-commerce. PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan, memiliki banyak aktifitas yang aktif dilakukan pada beberapa daerah di lingkungan Desa Mekar Sari, diantaranya menjalankan proses bisnis secara konvensional. Dengan pengetahuan teknologi seperti peranan *E-commerce* dalam pengembangan bisnis diharapkan dapat diaplikasikan dan digunakan dalam mempermudah sebagai media promosi dan transaksi bisnis dalam pengembangan penjualan dan pembelian produk. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah meningkatkan kemampuan tim PKK Desa Mekar Sari dalam memahami dan mengimplementasikan proses bisnis secara *e-commerce* dengan pengelolaan toko online. Metode pelatihan yang dilaksanakan dengan cara diskusi dan praktek untuk menyampaikan pengetahuan pengenalan komputer dan latihan penggunaan aplikasi *e-commerce* kepada 1 mitra, tim PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan. Kegiatan ini menggunakan pengetahuan secara teori dan praktek di ruangan. Hasil penilaian akhir kegiatan, para peserta dapat memahami materi yang disampaikan berdasarkan dari hasil perolehan angka penilaian dari hasil uji posttest. Peserta pelatihan berhasil menyelesaikan pencapaian pelatihan ini dengan baik dari hasil nilai pre-test rata-rata 90,4%. Penyampaian materi terdiri dari beberapa sesi, yaitu: penjelasan, praktek, dan diskusi.

**Kata Kunci:** Bisnis; *e-commerce*; media promosi; penjualan; toko online.

**Abstract:** To speed up and increase sales quickly, by looking at the very rapid development of information technology, we can take advantage of an online service in the form of e-commerce. PKK Desa Mekar Sari, Asahan Regency, has many active activities carried out in several areas within Desa Mekar Sari, including carrying out conventional business processes. With technological knowledge such as the role of E-commerce in business development, it is hoped that it can be applied and used to facilitate promotional media and business transactions in developing product sales and purchases. The aim of community service activities is to improve the ability of the Desa Mekar Sari, PKK team in understanding and implementing e-commerce business processes by managing online stores. The training method is carried out by means of discussion and practice to convey computer knowledge and practice using e-commerce applications to 1 partner, the PKK team in Desa Mekar Sari, Asahan Regency. This activity uses theoretical and practical knowledge in the room. As a result of the final assessment of the activity, the participants were able to understand the material presented based on the results of the assessment scores obtained from the posttest results. The activity material provided to participants can be used and utilized in business development through E-Commerce. The training participants successfully completed this training achievement with an average pretest score of 90.4%. The delivery of the material consists of several sessions, namely: explanation, practice, and discussion.

**Keywords:** Business; e-commerce; promotion media; sale; online store.



#### Article History:

Received: 20-10-2023

Revised : 23-11-2023

Accepted: 25-11-2023

Online : 01-02-2024



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

## A. LATAR BELAKANG

*Electronic commerce (E-Commerce)* merupakan proses penjualan, pembelian ataupun pertukaran produk, jasa dan informasi yang bisa dilakukan melalui jaringan komputer. *E-commerce* adalah bagian dari *E-bussines*. Cakupan dari *E-bussines* itu lebih luas, tidak hanya perdagangan saja tetapi juga kerjasama dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, tawaran pekerjaan, dan lain-lain (Rehatalanit, 2021). Perdagangan Elektronik juga memerlukan adanya teknologi berbasis data (*databases*), surat elektronik (*email*), dari bentuk teknologi non komputerisasi lainnya, seperti sistem pengiriman, barang dan alat pembayaran untuk perdagangan elektronik. Visi umum dari *e-commerce* yaitu menggunakan internet dan komputer dengan *browser web* untuk membeli dan menjual produk (Samsiana et al., 2020). Banyak perusahaan, baik perusahaan kecil atau perusahaan besar memanfaatkan *e-commerce* sebagai upaya meningkatkan bisnisnya (Saing & Alwendi, 2020). Sarana dari *digital marketing* adalah *e-commerce* yang saat ini berkembang di Indonesia terdiri dari Tokopedia, Shopee, Lazada, JD ID, Bukalapak, Zalora, Blibli.com dan sebagainya (Purnama et al., 2021).

Penerapan teknologi e-commerce merupakan salah satu faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan suatu produk dari sebuah perusahaan. Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut kita dapat memanfaatkan suatu layanan secara online yang berupa e-commerce (Garini et al., 2022). E-commerce merupakan jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Saing & Alwendi, 2020). E-commerce merupakan aktivitas jual beli yang dilakukan secara daring (online) dengan memanfaatkan dukungan dari teknologi informasi yang diakses melalui website maupun perangkat bergerak dengan media telekomunikasi berupa jaringan internet (Anshor, 2022). E-commerce sangat memungkinkan penjual untuk memasarkan produknya secara cepat, mudah dan gratis (Rahmidani, 2015). Penggunaan e-commerce sangat membantu pengguna dalam melakukan transaksi bisnis karena lebih cepat dan mudah digunakan (Budiarto et al., 2023). E-commerce dilakukan secara online dan menggunakan fasilitas internet sebagai media komunikasi tanpa harus bertatap muka secara langsung (Azizah, Supandi dan Surryanto D.W, 2019).

Dengan adanya layanan electronic commerce ini maka pelanggan dapat mengakses serta melakukan pesanan dari berbagai tempat. Dengan adanya era teknologi yang canggih saat ini para pelanggan yang ingin mengakses e-commerce tidak harus berada di suatu tempat, hal itu dikarenakan di kota-kota besar di Indonesia telah banyak tempat-tempat yang menyediakan suatu fasilitas akses internet hanya dengan menggunakan laptop/notebook ataupun dengan Personal Digital Assistant (PDA) dengan menggunakan teknologi wifi (Wibowo, 2016).

Pada masa pandemi COVID-19 yang melanda seluruh dunia, terkhusus di Indonesia, di mana pemerintah sudah mengeluarkan aturan untuk tetap berada di rumah. Oleh karena itu maka masyarakat mulai melakukan berbagai kegiatan dari rumah. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah melakukan penjualan dengan menggunakan e-commerce untuk meningkatkan pendapatan keluarga (Hutahaean et al., 2020). Diperlukan adanya pergerakan yang besar untuk kembali membangkitkan gairah perekonomian di Indonesia khususnya UMKM yaitu salah satunya dengan memanfaatkan e-commerce. E-Commerce adalah Perdagangan elektronik artinya melakukan kegiatan yang berhubungan dengan jual beli dengan memanfaatkan fasilitas internet. Selain itu Juga melakukan aktivitas yang berkaitan dengan transfer dana, pemasaran jasa ataupun barang. Melalui kegiatan e-commerce, perusahaan memiliki peluang untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. E-commerce salah satu fenomena yang sedang terjadi dalam perkembangan kemajuan teknologi (Sanjaya, 2021). Konsumen mencari harga yang lebih murah dan tawar-menawar ketika mereka berbelanja online, menjadikannya salah satu faktor dominan yang memotivasi konsumen online di Indonesia untuk berbelanja online (Rachmarwi, ST., MBA., 2018). E-commerce platform dipilih sebagai solusi karena implementasinya cukup murah, tidak membutuhkan investasi yang besar, dan mudah dipahami oleh pengelola UMKM (Sugiarti et al., 2020). Penggunaan e-commerce sendiri sebagai media jual beli menjadi semakin efektif dan efisien karena memudahkan transaksi serta mengurangi biaya untuk mendapatkan barang (Karimah et al., 2022).

Usaha untuk membantu UMKM sudah dilakukan oleh pemerintah mulai beberapa tahun terakhir, khususnya oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pada tahun 2018, dengan melibatkan Marketplace (Bukalapak, Blibli.com, Tokopedia, Shopee, Blanja dan Grab Food) telah tercapai sejumlah 4.914.413 UMKM yang telah Go Online melalui kegiatan On Boarding ke Marketplace. (Kominfo, 2018). Kementerian Kominfo, dan pemangku kepentingan (utamanya para pengelola marketplace) pada Maret 2017 telah merekrut 100 ribu UMKM di 30 kota untuk go-online (Sugiarti et al., 2020).

PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan, memiliki banyak aktifitas yang aktif dilakukan pada beberapa daerah di lingkungan Desa Mekar Sari. Dalam pelaksanaan kegiatan tersebut tim PKK menggunakan perangkat secara manual dalam melakukan informasi dalam kegiatannya. Ada beberapa kegiatan yang berpotensi dalam meningkatkan proses bisnis dalam meningkatkan prospek yang lebih besar dan memerlukan pengetahuan bisnis dan perangkat dalam bidang teknologi. Dengan pengetahuan teknologi seperti peranan E-commerce dalam pengembangan bisnis diharapkan dapat diaplikasikan dan digunakan dalam mempermudah sebagai media promosi dan transaksi bisnis dalam pengembangan penjualan dan pembelian produk.

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan di PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan bahwa adanya permasalahan dalam kurangnya memanfaatkan penggunaan media dan perangkat dalam pengetahuan tentang peranan e-commerce dalam bidang bisnis dengan menggunakan penjualan secara online. Tujuan Pengabdian ini adalah memahami peranan e-commerce dalam bidang bisnis yang bisa dijadikan sebagai usaha penjualan secara online bagi tim PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan. Pemanfaatan e-commerce dengan cara membuat toko online yang dapat dipublikasikan ke berbagai daerah sekitar maupun ke seluruh penjuru Indonesia maupun ke negara lain yang nantinya sangat bermanfaat dalam menghasilkan transaksi produk yang optimal. Kegiatan ini dilaksanakan untuk mempromosikan produk dari hasil kreativitas dari Tim PKK Desa Mekar Sari, yaitu aksesoris pakaian spesifik dari Batubara.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan melakukan beberapa kegiatan seperti penyajian materi, praktek dan pendampingan selama kegiatan pelatihan berlangsung. Penyajian materi berupa pengenalan tentang E-Commerce secara umum dan peranan E-Commerce dalam pengembangan bisnis, dengan secara latihan dan implementasinya. Metode pelaksanaan menggunakan cara mempraktekkan secara langsung dengan menggunakan komputer dan laptop dalam implementasi penggunaan e-commerce penggunaan toko online. Pembicara narasumber dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu Dosen STMIK Royal Kisaran berjumlah 3 orang, didampingi 2 orang mahasiswa sebagai bagian yang membantu terlaksananya kegiatan ini. Peserta yang ikut dalam kegiatan ini adalah 1 mitra dari Tim PKK Desa Mekar Sari, berjumlah 20 orang. Pelaksanaan dilakukan dengan tahapan-tahapan yang dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu:

### **1. Persiapan**

Mengkoordinasikan dengan tim internal dalam merencanakan pelaksanaan kegiatan dan pembagian tugas dari tim PKM. Tim PKM menyediakan instrumen, daftar hadir peserta, formulir *pretest* dan *posttest*, konsumsi, publikasi, lokasi, dokumentasi dan sebagainya.

### **2. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan**

Kegiatan pelatihan dihadiri oleh tim PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan berap kegiatan yaitu:

#### **a. Penyajian Materi**

Penyajian materi yang di sampaikan oleh ahli di bidang komputer dan ilmu teknologi informasi. Materi atau modul yang disampaikan dengan memberikan teori-teori penggunaan komputer secara umum beserta latihannya dengan cara praktek langsung. Narasumber dalam

kegiatan ini menghadirkan 3 orang dosen tetap STMIK Royal Kisaran dengan para peserta yang ikut dalam kegiatan ini berjumlah 20 orang peserta.

b. **Praktek dan Pendampingan**

Praktek dan pendampingan ini dengan melakukan *browsing* tentang penggunaan aplikasi program *e-commerce* seperti penjualan pada toko *online*, dengan bimbingan dari Tim PKM selama kegiatan berlangsung.

c. **Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Para peserta wajibkan untuk menandatangani absensi kehadiran pada setiap hari pelatihan. Kegiatan ini menggunakan evaluasi dengan mengadakan penilaian secara pretest dan posttest kepada seluruh siswa peserta pelatihan. Menggunakan pretest bagi masing-masing peserta di awal pelatihan dan juga pada akhir pelatihan dengan melakukan posttest.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pra Kegiatan

Kegiatan Pengabdian ini diawali dengan melakukan kunjungan ke lokasi mitra, melakukan wawancara pada tim PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan Setelah semua informasi tentang mitra diperoleh maka dilakukan diskusi atas perencanaan solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra, diikuti dengan implementasi dan sosialisasi serta validasi terhadap solusi yang ditawarkan Tim pengabdian dosen STMIK Royal Kisaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 25 sampai 26 Juli 2023 dengan tema “Peranan *E-Commerce* dalam Pengembangan Bisnis pada PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan”.

### 2. Penyajian Materi.

Materi atau modul yang disampaikan dengan memberikan teori-teori secara diskusi yang terdiri dari:

- a. Pengenalan *E-Commerce* definisi, pengertian dan sejarahnya.
- b. *E-Commerce* dan *E-Business*, menguraikan persamaan dan perbedaan kedua hal tersebut dengan manfaat dan kerugiannya.
- c. Pengenalan Toko Online, yang ada di Indonesia dan juga nenerapa tokoonline yang ada di luar negeri.

### 3. Praktek dan Pendampingan

Para peserta diberikan pengetahuan dalam mempraktekkan secara langsung pengetahuan *E-Commerce*, dengan menggunakan beberapa langkah:

- a. Pengetahuan tentang *website* toko *online*.
  - (1) Melakukan *browsing* dan mengunjungi beberapa aplikasi toko *online* di Indonesia, yaitu: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Zalora,

Blibli, Bhinneka; dan (2) Melakukan *browsing* dan mengunjungi beberapa aplikasi toko *online* luar negeri, yaitu: Amazon dan Alibaba

b. Praktek Pembuatan Blog

(1) Mengunjungi *website https://blogger.com* untuk pembuatan *blog*; (2) Membuat akun gmail sebelum memulai membuat blog pada *website blogger.com*; (3) Memulai membuat blog pada *website blogger.com*; (4) Membuat judul *blog*, alamat *blog* dan *template blog*; (5) Mengatur settingan layout, teks, warna dan isi *blog*; (6) Memasukkan gambar produk dan deskripsinya yang sudah disiapkan pada isi blog; (7) Melakukan penyimpanan *blog* dan mempublikasikannya; dan (8) Melihat hasil *blog* yang sudah dipublikasikan di media internet. Selama kegiatan praktek, tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melakukan pendampingan terhadap para peserta dengan membimbing dan mengarahkan dalam pemahaman dan implementasi tentang *E-Commerce*.

c. Dokumentasi kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan melakukan beberapa kegiatan, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Praktek dan Pendampingan Pengenalan Aplikasi *E-Commerce* di Internet

Pada Gambar 1, merupakan praktek pendampingan oleh narasumber tentang pengenalan aplikasi *E-Commerce* melalui media internet pada beberapa toko *online* yang ada di Indonesia. Para peserta tetap semangat dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini.



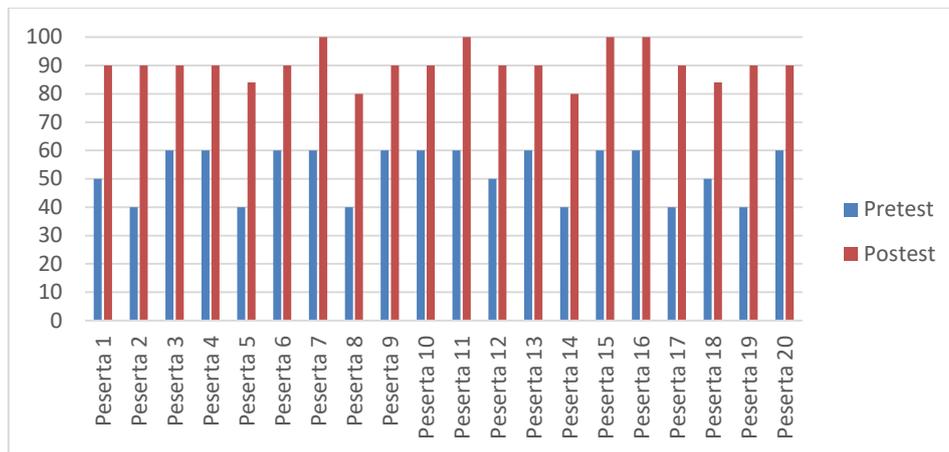
**Gambar 2.** Praktek dan Pemdampingan Pengenalan Situs *E-Commerce* di Internet

Pada Gambar 2, merupakan praktek pendampingan oleh narasumber mengunjungi website <https://blogger.com> untuk pembuatan blog. Membuat akun *gmail* sebelum memulai membuat blog pada *website blogger.com*. Para peserta tetap antusias dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini dengan semangat yang tinggi.

#### 4. Evaluasi

Pada tahap ini, tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan monitoring dan evaluasi terhadap implementasi penggunaan *E-Commerce* oleh para peserta dengan cara memberikan penilaian terhadap menggunakan aplikasi toko *online* untuk pembelian dan penjualan produk. Peserta yang ikut dalam kegiatan ini ada berjumlah 20 orang. Semua peserta dapat mengikuti kegiatan ini sampai selesai. Dari jumlah 20 peserta yang ikut yang mampu menyelesaikan dengan persentase keberhasilan sekitar 0,904 atau 90,4 %. Ketua tim Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan berupa formulir untuk mengisi penilaian dari peserta terhadap materi, nara sumber dan kegiatan yang sudah dilaksanakan. Hal tersebut sangat berguna bagi tim PKM STMIK Royal sebagai saran dan masukan terhadap kegiatan ini. Dan juga sebagai untuk perbaikan kegiatan di masa yang akan datang.

Pelaksanaan PKM ini berjalan lancar dengan memberikan pengetahuan bagi para ibu PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan. Hasil luaran dari setiap peserta pelatihan dengan mengimplementasikan pembelian terhadap beberapa toko *online* dan membuat penjualan dengan membuat toko pada salah satu aplikasi toko *online*. Dalam pelaksanaan kegiatan ini para ibu PKK harus diajarkan secara berulang untuk dapat memahami tentang aplikasi program *E-Commerce* tersebut dengan contoh-contoh disertai dengan pendampingan dari narasumber beserta mahasiswa yang ikut membantu tercapainya keberhasilan kegiatan ini. Peserta pelatihan sudah mampu menyelesaikan materi pelatihan ini dengan baik dan lancar, seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Hasil Penilaian Dari Para Peserta Pelatihan

Pada Gambar 3 diatas, menggambarkan hasil penilaian dari *pre-test* dan *post-test* dari para peserta pelatihan. Hasil pada *pretest* menghasilkan nilai dari angka 40 sampai dengan 60, dengan nilai rata-ratanya 52,5 (52,5%). Sedangkan hasil penilaian dari *posttest* dari angka 80 sampai dengan 100, dengan nilai rata-ratanya 90,4 (90,4%).

## 5. Kendala yang Dihadapi

Pelaksanaan PKM ini berjalan lancar dengan memberikan pengetahuan bagi para ibu PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan. Hasil luaran dari setiap peserta pelatihan dengan mengimplementasikan pembelian terhadap beberapa toko *online* dan membuat penjualan dengan membuat toko pada salah satu aplikasi toko *online*. Dalam pelaksanaan kegiatan ini para ibu PKK harus diajarkan secara berulang untuk dapat memahami tentang aplikasi program *E-Commerce* tersebut dengan contoh-contoh disertai dengan pendampingan dari narasumber beserta mahasiswa yang ikut membantu tercapainya keberhasilan kegiatan ini

## D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada tim PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan dapat disimpulkan bahwa, kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan terhadap mitra sangat membantu terutama dalam kegiatan penjualan dan pemasaran. Peserta pelatihan telah menyelesaikan materi pelatihan ini dengan baik dengan berdasarkan hasil nilai *pre-test* rata-rata 90,4%. Penyampaian materi terdiri dari beberapa sesi, yaitu: penjelasan, praktek, dan diskusi. Tim PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan mendapatkan peningkatan pengetahuan tentang penjualan dan pemasaran secara *online* dengan menggunakan toko *online*. Melalui *E-Commerce* dapat mewujudkan pengembangan bisnis secara *online* dengan menggunakan toko *online*. Terjalin hubungan sinergis antara tim pengabdian dengan tim PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan dalam mengembangkan produk mereka

yang akan dijual dan dipasarkan secara *online* di toko *online*. Sebagai saran dalam kegiatan PKM ini, dapat berlanjutnya kerjasama antara STMIK Royal dengan mitra tim PKK Desa Mekar Sari Kabupaten Asahan, dengan melibatkan banyak pihak dalam membangun pengetahuan yang berkelanjutan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anshor, A. H. (2022). Tahun 2022 Call for papers dan Seminar Nasional Sains dan Teknologi Ke-1 2022 Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa. *Saintek: Sains Dan Teknologi*, 1(1), 337–345.
- Azizah, Supandi dan Surryanto D.W, L. (2019). Electronic Commerce (E-Commerce) Dalam Perspektif Ekonomi Pertahanan Electronic Commerce (E-Commerce) on a Perspective of Defense Economic. *Ekonomi Pertahanan: Jurnal Kajian Akademisi Dan Literasi Ilmu Ekonomi Pertahanan*, Vol. 5(2), h. 275-296.
- Budiarto, D. S., Meylina, A. P., & Diansari, R. E. (2023). Pentingnya E-Commerce Dan Sistem Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 26(1), 110–122. <https://doi.org/10.35591/wahana.v26i1.400>
- Garini, M. P., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Era Covid 19. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 99–110. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.122>
- Hutahaean, J., Mulyani, N., & Azhar, Z. (2020). Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Kokedama (Pelatihan Daring) Bagi Kumpulan Marga Rajagukguk Se-Kisaran Kabupaten Asahan. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 41–45.
- Karimah, B. P. H., Priharsari, D., & Tibyani. (2022). Analisis Penggunaan E-Commerce terhadap Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(3), 1298–1305. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/10784>
- Purnama, N. I., Putri, L. P., & Bahagia, R. (2021). Analisis e-commerce dalam membantu penjualan umkm di tengah pandemi. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 21(2), 194–200. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/8503>
- Rachmarwi, ST., MBA., W. (2018). E-Commerce: Studi Tentang Belanja Online Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2). halaman? <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i2.194>
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi(Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 5(1), 345–352. <http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/133/2012-pengguna-internet-di-indonesia->
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Saing, D., & Alwendi, U. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 1–9. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Samsiana, S., Khasanah, F. N., Herlawati, Handayanto, R. T., Gunarti, A. S. S., Raharja, I., Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51–62.

- Sanjaya, W. S. D. (2021). Peran E-Commerce Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19: Studi Kasus Umkm Abon Di Kota Boyolali. *Intelektiva*, 2(12), 150–155.  
<https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/665>
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298.  
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- Wibowo, E. A. (2016). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *Equilibiria*, 1(1), 95–108.