

Pemanfaatan E-Commerce Dalam Penjualan Produk Pertanian Untuk Menumbuh Jiwa Entrepreneur Pada Remaja Desa

Mesran¹, Imam Saputra¹, Suginam^{2,*}

¹ Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

² Prodi Manajemen, Universitas Harapan Medan, Medan, Indonesia

Email: ¹mesran.skom.mkom@gmail.com, ²imamsaputra69@gmail.com, ³*suginam.icha@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak—Pemanfaatan E-Commerce dalam penjualan produk pertanian telah menjadi suatu terobosan yang dapat membantu mengembangkan potensi ekonomi di desa-desa. Artikel ini bertujuan untuk menggali potensi remaja desa dalam menjalankan bisnis pertanian dengan memanfaatkan platform e-commerce sebagai media penjualan produk pertanian. Metode pengabdian masyarakat dilakukan melalui pelatihan dan pembinaan kepada remaja desa mengenai tata cara berjualan online, manajemen produk, pemasaran, dan cara berinteraksi dengan konsumen secara efektif. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan remaja dalam memanfaatkan e-commerce sebagai media pemasaran produk pertanian. Tidak hanya itu, partisipasi dalam kegiatan ini juga mampu meningkatkan jiwa entrepreneur remaja desa dan memberikan pemahaman mengenai nilai tambah produk pertanian yang dihasilkan dari desa mereka. Selain itu, pembentukan jaringan kerja sama antara remaja desa dan pelaku usaha di kota juga menjadi salah satu hasil positif dari kegiatan ini. Di masa depan, diharapkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan dampak yang berkelanjutan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat desa, khususnya remaja desa yang terlibat dalam kegiatan ini. Dengan demikian, pemanfaatan e-commerce dalam penjualan produk pertanian bukan hanya sekedar sebagai peluang bisnis, tetapi juga sebagai cara untuk membentuk jiwa entrepreneur yang mandiri dan kreatif pada generasi muda di desa.

Kata Kunci : Pemanfaatan E-commerce; Produk Pertanian; Entrepreneur; Remaja Desa.

Abstract—The use of E-Commerce in selling agricultural products has become a breakthrough that can help develop economic potential in villages. This article aims to explore the potential of village teenagers in running agricultural businesses by utilizing e-commerce platforms as a medium for selling agricultural products. The community service method is carried out through training and guidance to village teenagers regarding online selling procedures, product management, marketing, and how to interact with consumers effectively. The results of this community service activity show an increase in teenagers' knowledge and skills in utilizing e-commerce as a marketing medium for agricultural products. Not only that, participation in this activity is also able to improve the entrepreneurial spirit of village youth and provide an understanding of the added value of agricultural products produced in their village. Apart from that, the formation of a collaborative network between village teenagers and business actors in the city is also one of the positive results of this activity. In the future, it is hoped that this community service activity can have a sustainable impact on improving the welfare of village communities, especially village teenagers who are involved in this activity. Thus, the use of e-commerce in selling agricultural products is not only a business opportunity, but also a way to form an independent and creative entrepreneurial spirit in the younger generation in the village.

Keywords: Utilization of E-commerce; Agricultural Products; Entrepreneurship; Village Youth

1. PENDAHULUAN

Desa-desa di Indonesia, dengan segala keindahan alam dan kekayaan sumber daya alamnya, seringkali menghadapi tantangan dalam hal pengembangan ekonomi. Salah satu sektor yang paling potensial namun sering kurang termanfaatkan adalah sektor pertanian. Produk pertanian desa biasanya melimpah, namun sering kali penjualannya terbatas pada pasar lokal. Hal ini mengakibatkan harga jual yang rendah dan pendapatan petani yang tidak optimal. Selain itu, generasi muda di desa-desa seringkali tidak tertarik dengan sektor pertanian karena dianggap kurang menguntungkan dan tidak modern (Santi & Guntarayana, 2022)(Ismail et al., 2023).

Dalam era digital ini, teknologi informasi dan komunikasi menawarkan berbagai peluang untuk mengatasi masalah tersebut. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah pemanfaatan e-commerce. E-commerce, atau perdagangan elektronik, merupakan aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet. Dengan e-commerce, produk pertanian dari desa dapat dipasarkan tidak hanya secara lokal, tetapi juga secara nasional bahkan internasional. Hal ini dapat membuka peluang pasar yang lebih luas, meningkatkan harga jual produk, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan petani.

Penggunaan e-commerce dalam penjualan produk pertanian menawarkan berbagai manfaat yang signifikan. Pertama, e-commerce memungkinkan petani untuk menjual produknya langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara, sehingga mereka dapat memperoleh margin keuntungan yang lebih tinggi. Kedua, e-commerce dapat membantu petani dalam mengelola stok dan permintaan secara lebih efisien, karena data penjualan dapat diakses dan dianalisis secara real-time. Ketiga, e-commerce membuka akses ke pasar yang lebih luas, sehingga produk pertanian dapat dijual ke berbagai wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau (Asra et al., 2022)(Mursalat et al., 2022).

Namun, penerapan e-commerce di desa-desa juga menghadapi berbagai tantangan. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan di bidang teknologi menjadi salah satu hambatan utama. Banyak petani dan

generasi muda di desa yang belum familiar dengan penggunaan teknologi informasi, apalagi untuk keperluan bisnis. Selain itu, infrastruktur internet di desa-desa juga seringkali belum memadai, yang menjadi kendala dalam mengakses platform e-commerce secara optimal. Di sisi lain, remaja desa merupakan potensi besar yang belum sepenuhnya diberdayakan. Mereka memiliki energi, kreativitas, dan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap teknologi baru. Namun, kurangnya kesempatan dan dukungan seringkali membuat mereka tidak mampu mengembangkan potensi tersebut. Dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan e-commerce, remaja desa dapat diberdayakan untuk menjadi entrepreneur muda yang sukses (Rusmalinda et al., 2023).

Pelatihan e-commerce untuk remaja desa dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari cara membuat dan mengelola toko online, strategi pemasaran digital, hingga manajemen logistik dan pelayanan pelanggan. Selain itu, penting juga untuk memberikan pengetahuan tentang cara mengemas dan mempresentasikan produk agar menarik bagi konsumen. Dengan demikian, remaja desa tidak hanya belajar tentang teknologi, tetapi juga tentang kewirausahaan secara keseluruhan. Pemanfaatan e-commerce oleh remaja desa tidak hanya berdampak positif bagi individu yang terlibat, tetapi juga bagi komunitas desa secara keseluruhan. Pertama, peningkatan pendapatan dari penjualan produk pertanian dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa. Kedua, adanya aktivitas bisnis yang dikelola oleh remaja dapat menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi tingkat pengangguran, dan mengurangi urbanisasi. Ketiga, keberhasilan remaja desa dalam bisnis e-commerce dapat menjadi inspirasi bagi generasi muda lainnya, sehingga menumbuhkan budaya kewirausahaan yang kuat di desa (Azizah et al., 2021)(ENDANG, 2022).

Proses Pengabdian masyarakat melalui pemanfaatan e-commerce dalam penjualan produk pertanian merupakan langkah strategis untuk memberdayakan remaja desa dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi komunitas desa. Dengan memberikan pelatihan dan pendampingan yang tepat, remaja desa dapat menjadi entrepreneur muda yang sukses, membawa dampak positif bagi diri mereka sendiri dan masyarakat di sekitarnya. Dalam jangka panjang, hal ini dapat membantu mewujudkan desa yang mandiri, inovatif, dan sejahtera. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan kerjasama antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta. Dukungan dalam bentuk infrastruktur, pendidikan, dan akses ke teknologi merupakan kunci keberhasilan program ini. Dengan demikian, diharapkan program pemanfaatan e-commerce ini dapat menjadi model yang dapat diterapkan di desa-desa lain di seluruh Indonesia, membawa perubahan yang nyata dan berkelanjutan bagi masyarakat desa (Akhirruddin, 2022).

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Pelaksanaan

Persiapan dan perencanaan yang baik adalah dasar keberhasilan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, sehingga kegiatan tersebut dapat berjalan sesuai harapan. Persiapan dan perencanaan yang dilakukan meliputi:

- a. Melakukan survei lokasi kegiatan dan berkomunikasi dengan pihak terkait untuk mendapatkan izin pelaksanaan pengabdian.
- b. Menyusun proposal kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang kemudian diserahkan kepada Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Budi Darma untuk menilai kelayakan proposal tersebut.
- c. Setelah proposal diterima, melakukan koordinasi dengan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Budi Darma untuk mendapatkan persetujuan pelaksanaan kegiatan.
- d. Mengonfirmasi dan meminta izin kepada pihak mitra terkait pelaksanaan kegiatan.
- e. Berkoordinasi dengan anggota dan pihak mitra untuk mempersiapkan kebutuhan, materi pendampingan, serta aspek-aspek pendukung lainnya untuk kegiatan pengabdian.

2.2 Pemanfaatan E-commerce

E-Commerce, atau perdagangan elektronik, adalah aktivitas jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui media elektronik, terutama internet. Pemanfaatan e-commerce memungkinkan penjual untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mengurangi biaya operasional, mempercepat proses transaksi, dan menawarkan kemudahan dalam promosi serta pemasaran. Dengan e-commerce, penjual dapat mengelola inventaris dan logistik secara efisien, menganalisis data penjualan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik, serta memberdayakan usaha kecil dan menengah (UKM) untuk bersaing di pasar yang lebih besar (Aida et al., 2023). Selain itu, e-commerce juga memberikan fleksibilitas dalam model bisnis, seperti dropshipping dan penjualan langsung, yang membantu meningkatkan keterampilan dan jiwa kewirausahaan di kalangan masyarakat, termasuk petani dan remaja desa, sehingga mereka dapat meningkatkan penjualan produk, memperluas pasar, dan mengoptimalkan pendapatan. Dengan memanfaatkan e-commerce, penjual dapat memanfaatkan berbagai alat dan platform digital untuk meningkatkan efisiensi operasional. Misalnya, melalui sistem manajemen inventaris otomatis, penjual dapat memantau stok barang secara real-time dan mencegah kekurangan atau kelebihan persediaan (Jalaludin et al., 2023).

Ini tidak hanya mengurangi biaya penyimpanan tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memastikan ketersediaan produk. Analisis data penjualan yang tersedia melalui platform e-commerce memungkinkan penjual untuk memahami tren pasar, preferensi pelanggan, dan performa produk, sehingga mereka dapat membuat keputusan bisnis yang lebih informasional dan strategis. Selain itu, e-commerce menyediakan berbagai cara untuk mempromosikan produk secara efektif, seperti melalui iklan online, media sosial, dan optimasi mesin pencari (SEO). Ini membantu penjual menjangkau audiens yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk pemasaran konvensional. Bagi UKM, terutama di daerah pedesaan, e-commerce membuka akses ke pasar nasional dan internasional yang sebelumnya sulit dijangkau (Nurhidayati et al., 2021).

Pemanfaatan e-commerce juga sangat relevan dalam konteks pemberdayaan petani dan remaja desa. Dengan akses ke platform e-commerce, mereka dapat menjual produk pertanian langsung ke konsumen, menghilangkan perantara yang sering mengurangi keuntungan mereka. Ini memberikan mereka kesempatan untuk mengendalikan harga jual dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, melalui pelatihan dan pendampingan, petani dan remaja desa dapat meningkatkan keterampilan digital dan bisnis mereka, yang merupakan modal penting untuk sukses dalam ekonomi digital. Secara keseluruhan, e-commerce bukan hanya alat untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga sarana untuk memberdayakan komunitas lokal, meningkatkan keterampilan kewirausahaan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Hadi et al., 2023)(Tampubolon & Novita, 2022)(Sahirul fatah, 2021).

2.3 Produk Pertanian

Produk pertanian mencakup berbagai komoditas hasil dari kegiatan bercocok tanam dan peternakan, seperti buah-buahan, sayuran, biji-bijian, daging, susu, telur, serat, minyak nabati, dan tanaman hias. Produk ini sangat penting untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat dan mendukung perekonomian, terutama di daerah pedesaan. Produk pertanian digunakan dalam berbagai aspek seperti pangan, industri makanan dan minuman, bahan baku industri, pakan ternak, energi terbarukan, pengelolaan lingkungan, dan ekspor. Misalnya, produk pertanian menyediakan bahan makanan bergizi yang diperlukan untuk konsumsi sehari-hari, digunakan sebagai pakan ternak untuk mendukung peternakan, diolah menjadi biofuel untuk energi terbarukan, dan diekspor untuk meningkatkan pendapatan negara (Santi & Guntarayana, 2022).

Dengan pemanfaatan optimal, produk pertanian tidak hanya memenuhi kebutuhan pangan masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan. Selain itu, sektor pertanian memainkan peran penting dalam keberlanjutan lingkungan melalui praktik pertanian yang ramah lingkungan dan konservasi sumber daya alam. Produk pertanian juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan, yang bergantung pada sektor ini sebagai sumber utama mata pencaharian (Soelistya et al., 2023)(Aditya Surya Nanda & Fitryani Fitryani, 2022). Melalui inovasi dan peningkatan efisiensi dalam produksi dan distribusi, produk pertanian dapat semakin berkontribusi pada ketahanan pangan, keberlanjutan ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Mranani et al., 2021).

2.4 Entrepreneur Pada Remaja Desa

Entrepreneur pada remaja desa adalah individu muda di daerah pedesaan yang memiliki semangat kewirausahaan untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha bisnis mereka sendiri. Mereka secara aktif mencari peluang dalam lingkungan desa mereka untuk memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan lokal melalui inovasi dan kreativitas. Entrepreneur remaja desa biasanya memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis, juga passion dan motivasi yang kuat untuk berhasil, meskipun dihadapkan pada keterbatasan sumber daya dan akses yang biasa terjadi di lingkungan pedesaan (Komang Hari Santhi Dewi et al., 2023)(Denada et al., 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa

Penggunaan e-commerce dalam penjualan produk pertanian merupakan langkah strategis untuk mengatasi keterbatasan pasar lokal dan meningkatkan daya saing produk pertanian. Analisis ini berfokus pada potensi e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja di desa. Banyak remaja di desa memiliki akses terbatas ke pasar yang lebih luas dan sumber daya yang diperlukan untuk memulai usaha. Dengan memanfaatkan e-commerce, mereka dapat mengakses pasar yang lebih luas, belajar tentang manajemen bisnis online, dan meningkatkan keterampilan digital mereka.

3.2 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan sesi pelatihan yang terdiri dari beberapa tahap:

- a. Sosialisasi dan Pengantar E-Commerce: Para remaja diberikan pemahaman dasar tentang e-commerce, manfaatnya, dan bagaimana memanfaatkannya untuk penjualan produk pertanian.

- b. Pelatihan Teknis: Meliputi cara membuat akun di platform e-commerce, mengunggah produk, menentukan harga, dan mengelola pesanan serta pengiriman.
- c. Pendampingan Praktis: Para peserta didampingi dalam praktek langsung mengelola toko online mereka, termasuk strategi pemasaran digital dan pelayanan pelanggan.
- d. Monitoring dan Evaluasi: Setelah pelatihan, dilakukan monitoring untuk memastikan peserta dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh dan memberikan evaluasi untuk perbaikan lebih lanjut.

3.3 Peserta Kegiatan

Peserta kegiatan ini adalah remaja desa dengan rentang usia 15-20 tahun yang tertarik untuk belajar tentang e-commerce dan memiliki potensi untuk mengembangkan usaha berbasis produk pertanian. Peserta dipilih berdasarkan minat dan komitmen mereka untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Total peserta yang mengikuti kegiatan ini adalah 30 remaja yang berasal dari berbagai dusun di desa.

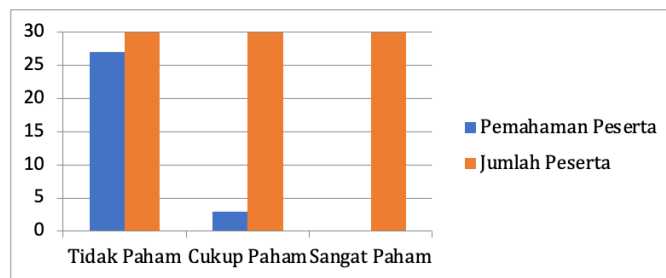
Tabel 1. Nama-Nama Peserta

No.	Nama Peserta
1	Muhaamad Anif
2	Fahri Sawaf
3	Rijam Aska
4	Amelia Putri
5	Siska
6	Desi Wulansari
7	Mutia
8	Muhammad Panji
9	Muhammad Ridho
10	Ismail Marzuki
11	Doni Hendrawan
12	Angel Fricilia
13	Feni Amalia
14	Gracesia
15	Rananda Riski
16	Agung
17	Ari Fahrian
18	Febrian Saka
19	Naswir
20	Bilqis
21	Shopia
22	Satriadi
23	Yuni
24	Via Maharani
25	Jona Jeriko

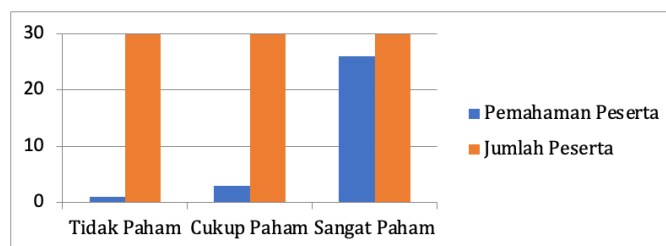
3.4 Evaluasi Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat melalui beberapa indikator yang menunjukkan dampak positif dari penggunaan e-commerce dalam penjualan produk pertanian untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja desa. Pertama, terdapat peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan teknis peserta tentang e-commerce. Sebelum kegiatan, mayoritas remaja belum familiar dengan konsep dan praktik e-commerce. Setelah mengikuti pelatihan, mereka tidak hanya memahami dasar-dasar e-commerce, tetapi juga mampu mengelola toko online, mulai dari pembuatan akun, pengunggahan produk, penentuan harga, hingga pengelolaan pesanan dan pengiriman.

Pengetahuan ini sangat penting karena memberikan mereka alat yang diperlukan untuk bersaing di pasar digital yang lebih luas.

Tabel 1. Tingkat Pemahaman Peserta Sebelum Kegiatan

Pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa sebelum dilakukan kegiatan, jumlah peserta keseluruhan sebanyak 30 orang, dan yang tidak paham sebanyak 27 orang . sedangkan yang cukup memahami ada 3 orang peserta. Selanjutnya tabel 2 dibawah ini menunjukkan tingkat pemahaman peserta sesudah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut :

Tabel 2. Tingkat Pemahaman Peserta Setelah Kegiatan

Pada tabel 2 diatas munjukkan bahwa setelah dilakukan kegiatan, tingkat pemahaman peserta semakin tinggi. Yaitu ada sebanyak 26 peserta yang sangat paham terhadap kegiatan yang dilakukan, dan ada 3 orang yang cukup memahami, serta 1 orang yang sama sekali tidak paham. Selain peningkatan pengetahuan, jumlah produk pertanian yang berhasil dijual melalui platform e-commerce juga meningkat. Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka berhasil menjual produk pertanian mereka secara online, dengan jumlah penjualan yang meningkat seiring waktu.

Hal ini menunjukkan bahwa mereka mampu menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif dan mengelola toko online mereka dengan baik. Penjualan yang meningkat juga berarti pendapatan tambahan bagi remaja dan keluarganya, yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi di desa. Motivasi dan jiwa kewirausahaan yang tumbuh pada remaja juga menjadi indikator penting keberhasilan kegiatan ini. Antusiasme mereka dalam mengembangkan usaha sendiri sangat terlihat setelah mengikuti pelatihan. Banyak dari mereka yang menunjukkan inisiatif untuk terus belajar dan mengembangkan keterampilan baru yang terkait dengan e-commerce dan bisnis online. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil menumbuhkan semangat kewirausahaan yang kuat di kalangan remaja desa.

Keberlanjutan usaha e-commerce yang dilakukan oleh beberapa remaja secara mandiri setelah kegiatan pengabdian berakhir juga menunjukkan dampak jangka panjang dari kegiatan ini. Beberapa remaja melanjutkan usaha e-commerce mereka, menunjukkan bahwa mereka memiliki kepercayaan diri dan kemampuan untuk mengelola bisnis mereka sendiri. Ini membuktikan bahwa kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk keberlanjutan ekonomi di desa melalui pengembangan jiwa kewirausahaan pada generasi muda.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari keseluruhan isi, Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce dalam penjualan produk pertanian efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada remaja desa. Melalui pelatihan yang komprehensif dan pendampingan praktis, para peserta berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola toko online. Peningkatan pengetahuan ini terbukti dengan kemampuan mereka untuk mengelola berbagai aspek e-commerce, dari pembuatan akun hingga pengelolaan pesanan. Selain itu, keberhasilan penjualan produk pertanian melalui platform e-commerce menunjukkan bahwa para remaja mampu menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi mereka. Antusiasme dan inisiatif yang ditunjukkan oleh para peserta dalam mengembangkan usaha mereka sendiri setelah kegiatan berakhir menandakan bahwa kegiatan ini berhasil menumbuhkan semangat kewirausahaan yang kuat. Keberlanjutan usaha e-commerce yang dilakukan secara

mandiri oleh beberapa remaja pasca kegiatan juga menunjukkan dampak jangka panjang yang positif dari program ini. Ini membuktikan bahwa pengembangan jiwa kewirausahaan melalui pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi di desa. Secara keseluruhan, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa dengan bimbingan yang tepat, pemanfaatan e-commerce tidak hanya membuka peluang pasar yang lebih luas bagi produk pertanian, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk keberlanjutan ekonomi di desa melalui pengembangan jiwa kewirausahaan pada generasi muda.

REFERENCES

- Aditya Surya Nanda, & Fitriyani Fitriyani. (2022). Peningkatan Digital Skill Dan Networking Umkm Paper Core Berbasis Media Sosial Pada Masyarakat Desa Tanggungan Timur Sidoarjo. *Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2(1), 149–160. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v2i1.165>
- Aida, S., Komariyah, K., Purwita, I., Hasanah, K., Lailiyah, A., & Zahro, D. A. (2023). Optimasi Penggunaan Media Sosial Dan Marketplace Untuk Meningkatkan Penjualan Ukm Keripik Pisang Ibu Nur. *Prosiding Seminar Nasional Hi-Tech (Humanity, Health, Technology)*, 2(1).
- Akhirruddin, A. (2022). Pendampingan Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Prambangan Kabupaten Gresik. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 2(1), 30–36.
- Asra, R., Mursalat, A., & Irwan, M. (2022). Pelatihan E-Commerce Bagi Generasi Muda di Kabupaten Sidenreng Rappang dalam Menumbuhkan Semangat Millenial Agriculture Entrepreneur. *Abdimas Singkerru*, 2(1), 48–55.
- Azizah, N., Ardani, N. T. S., Prasetya, M. H. B., & Sanata, K. (2021). Pemanfaatan E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran UMKM pada Masa PPKM di Kelurahan Pucanganom, Sidoarjo, Jawa Timur. *Prosiding Seminar Nasional Administrasi Bisnis (SINABIS) 2021*, 134.
- Denada, N., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2023). Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Di Oculus Photo Studio Cabang Galuh Mas Karawang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 10070–10085.
- ENDANG, R. (2022). *Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan ...)*
- Hadi, S., Eikman, A., & Salmin, S. (2023). Strategi Bertumbuh (Scale Up) Pelaku Usaha UMKM Kabupaten Lombok Barat Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kesejahteraan. *Action Research Literate*, 7(2), 1–8. <https://doi.org/10.46799/ar.v7i2.145>
- Ismail, H., Mulya, A. R., Uliya, H., Jundari, A., Lestari, D. P., Azzizah, G., Melati, P., Nawaretina, B. P. W. N., Zarkasi, J. A., & Yasser, M. (2023). INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN CABAI SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PETANI DAN UMKM DESA SURALAGA. *Prosiding Seminar Nasional Gelar Wicara*, 1(1), 630–634.
- Jalaludin, E., Majdina, N., Fajrina, R., Camilla, N. S., Rinaldi, R., & Fadillah, F. (2023). Penyuluhan Optimasi Tiktok Shop Bagi Pelaku Ukm Di Kelurahan Ulujami. *Bisma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 51–57.
- Komang Hari Santhi Dewi, I Putu Gd Abdi Sudiatmika, I Gusti Ayu Sri Melati, Rifky Lana Rahardian, & A.A. Raka Jayaningsih. (2023). Optimalisasi Digital Entrepreneurship Melalui Pelatihan Startup Digital Bagi Kalangan Remaja Di Kecamatan Kuta Selatan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(8), 6051–6060. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i8.4966>
- Mranani, M., Sulistyowati, A. N., Prasethyo, I. Y., Saputra, A. U., & Algani, F. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan Memanfaatkan Olahan Tanaman Singkong Di Dusun Ngepoh, Desa Madyogondo Kecamatan Ngablak. *Jurnal Abdidas*, 2(1), 1–10.
- Mursalat, A., Irwan, M., Razak, M. R. R., & Asra, R. (2022). Pemberdayaan Panti Asuhan melalui E-commerce sebagai Media Bisnis untuk Menunjang Kreativitas dan Kemandirian Berwirausaha. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1228–1238.
- Nurhidayati, R., Falani, I., Ruchianto, A. M. A., Naufal, M., Azizah, T. N., & Praniasty, V. N. (2021). Minimasi Biaya Distribusi Makanan Ringan pada UKM Marcuy dengan Metode Stepping Stone, Least Coast, VAM dan MODI. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 2(2), 167–181.
- Rusmalinda, S., Latifah, E. D., & Sudrajat, A. S. S. N. S. (2023). Pelatihan E-Commerce Dalam Meningkatkan Jiwa Kepemimpinan Para Pengusaha Muda Yang Melibatkan Karang Taruna Di Lingkungan Desa Tegal Manggung Dan Desa Pasirnanjung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 3(5).
- Sahirul fathah. (2021). Strategi Pemasaran Melalui E-Commerce Dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Makan Pondok Asmara Pak Jamal. *Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi-Sosial*, 4.
- Santi, I. H., & Guntarayana, I. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pemasaran Hasil Pertanian Berbasis Online Pada Kelompok Tani Sapto Gati Desa Pojok Garum Kabupaten Blitar. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 72–80.
- Soelistya, D., Asari, S., & Anwar, K. (2023). Menumbuhkan Kemandirian Kewirausahaan Dan Keterampilan Digital Marketing Melalui Pembuatan Kerajinan Tali Kur Dan Merajut Warga Desa Rayunggumuk, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 5(4), 437–449.
- Tampubolon, A. F., & Novita, I. (2022). Analisis Dan Desain Website E-Commerce Pada Toko Elshoes. *Jurnal Ticom: Technology of Information and Communication*, 10(3), 204–210.