

Upaya Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Trowulan Melalui Pendaftaran E-Commerce

Isna Masmira Dwijayanti & Siti Saroh

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010251@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan hal yang penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Trowulan, namun banyak dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Trowulan yang belum tertarik dan memahami keuntungan bergabung dengan e-commerce. Pengamatan proses bisnis di Desa Trowulan dilaksanakan selama satu minggu. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah Pengenalan e-commerce dan keuntungan melakukan pendaftaran e-commerce untuk kegiatan bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Trowulan. Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diberikan edukasi mengenai keuntungan yang akan didapatkan apabila mendaftarkan bisnisnya dalam e-commerce. Hasil pengabdian masyarakat, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tertarik mendaftarkan bisnisnya ke e-commerce, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga merasakan keuntungan dalam kegiatan usahanya berupa peningkatan omset bisnisnya serta lebih banyak menjangkau pelanggan di luar kota.

Kata Kunci: UMKM, E-Commerce, Proses Bisnis.

ABSTRACT

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is crucial for MSME entrepreneurs in Trowulan Village. However, many MSME entrepreneurs in Trowulan Village are still uninterested in and unaware of the benefits of joining e-commerce platforms. The business process observation in Trowulan Village was carried out over a week. The goal of this community service was to introduce e-commerce and the benefits of registering with e-commerce for MSME business activities in Trowulan Village. MSME entrepreneurs were educated on the advantages they would gain by registering their businesses on e-commerce platforms. As a result of the community service, MSME entrepreneurs became interested in registering their businesses with e-commerce, and they experienced benefits in their business activities, including an increase in business turnover and a broader reach to customers outside the city.

Keywords: MSMEs, E-Commerce, Business Process.



PENDAHULUAN

Indonesia memiliki perekonomian yang dinamis dan terus berkembang, di mana Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM menjadi tulang punggung perekonomian di berbagai daerah, termasuk di Desa Trowulan yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor ini. Namun, para pelaku UMKM di desa tersebut masih menghadapi tantangan, seperti kurangnya pemahaman tentang teknologi digital dan keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas.

Salah satu solusi efektif untuk membantu pengembangan UMKM di Desa Trowulan adalah melalui pemanfaatan platform e-commerce. Penggunaan platform e-commerce memungkinkan pelaku UMKM menjangkau pelanggan lebih luas, sehingga produk mereka dapat dikenal oleh masyarakat secara lebih luas. Meskipun e-commerce menawarkan berbagai manfaat, banyak pelaku UMKM di Desa Trowulan yang belum mengetahuinya. Keterbatasan pengetahuan, sumber daya, dan keterampilan digital mengenai e-commerce membuat mereka belum tertarik untuk bergabung dengan platform tersebut.

Oleh karena itu, pengenalan dan pelatihan tentang e-commerce serta penerapan digital marketing sangat penting untuk dilaksanakan di Desa Trowulan. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM memahami cara mendaftarkan bisnis mereka di platform e-commerce dan memperoleh manfaat nyata dari penggunaannya. Melalui program ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Trowulan dapat mengatasi tantangan dalam memasarkan produk mereka, menjangkau lebih banyak pelanggan, serta meningkatkan omzet usaha

mereka melalui perluasan jangkauan pasar. Kegiatan upaya pengembangan bisnis di Desa Trowulan ini dilakukan sebagai suatu bentuk pengabdian masyarakat oleh mahasiswa agar dapat meningkatkan tingkat perekonomian di daerah Desa Trowulan. Melalui kegiatan ini, mahasiswa berperan sebagai fasilitator dalam proses digitalisasi Usaha, Mikro, Menengah, Kecil (UMKM) di Desa Trowulan. Mahasiswa akan memberikan pemahaman serta keterampilan penggunaan platform e-commerce secara praktis, dengan begitu diharapkan pelaku Usaha, Mikro, Menengah, Kecil (UMKM) mampu menjalankan bisnis mereka di platform e-commerce, dan memahami strategi marketing yang dapat menarik jangkauan pelanggan yang lebih luas.

Dalam jangka panjang, pengenalan e-commerce dan pelatihan digital marketing ini diharapkan dapat menciptakan perubahan signifikan dalam pola bisnis Usaha, Mikro, Menengah, Kecil (UMKM) di Desa Trowulan. Pemanfaatan teknologi tidak hanya akan membantu meningkatkan pendapatan usaha, tetapi juga mendorong terciptanya ekosistem bisnis yang lebih berdaya saing. Digitalisasi ini juga diharapkan dapat meningkatkan kontribusi sektor Usaha, Mikro, Menengah, Kecil (UMKM) di Desa Trowulan terhadap perekonomian nasional, sekaligus membuka peluang yang lebih besar ke pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar negeri.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam penyusunan artikel penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan data secara objektif, tanpa adanya manipulasi atau perlakuan tambahan. Tujuan utama dari metode ini adalah memberikan gambaran menyeluruh tentang suatu peristiwa

atau menjelaskan fenomena yang sedang berlangsung (Rusandi & Rusli, 2020). Pendekatan ini diterapkan untuk meneliti status suatu objek, kelompok masyarakat, kondisi, sistem pemikiran, atau peristiwa tertentu (Rizal et al., 2022). Fokus penelitian ini adalah pada tahapan manajemen strategi, yang mencakup strategi peningkatan kemampuan finansial, pengembangan sumber daya manusia, pengembangan pemasaran, serta strategi pengaturan dan pengendalian, sebagaimana dijelaskan oleh Sjarifudin (2015:16).

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner, diskusi kelompok, atau wawancara. Wawancara dilakukan dengan pengelola UMKM di Desa Trowulan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari survei terkait aktivitas UMKM serta hasil wawancara dengan para pengelola UMKM.

Data dikumpulkan melalui tiga metode: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung fenomena, terutama yang berkaitan dengan Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro, staf di posisi Pengelola Data, serta pengguna aplikasi. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang relevan. Metode dokumentasi melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai dokumen, seperti Rencana Strategis, Rencana Kerja, Standar Operasional Prosedur, dan dokumen pendukung lainnya.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Trowulan ini dilakukan dengan sosialisasi dan praktik pelatihan secara langsung di Balai Desa Trowulan, yang tahapan pelaksanaan dapat didiskripsikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat di Desa Trowulan

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	Survei Lapangan a. Identifikasi Permasalahan (wawancara Bersama pelaku UMKM tercantum pada gambar 1) b. Pendataan UMKM c. Wawancara pengurus terkait
2.	Tahap Persiapan	a. Penyusunan rundown acara sosialisasi b. Sosialisasi program pengabdian
3.	Penyusunan program hasil kesepakatan	Penyesuaian rencana program pengabdian
4.	Implementasi pelatihan	a. Sosialisasi program pada pengurus Desa Trowulan dan pelaku UMKM b. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan pendaftaran e-commerce c. Pendaftaran e-commerce oleh pelaku UMKM di Desa Trowulan
5.	Evaluasi	Evaluasi keberlanjutan dan perkembangan e-commerce pelaku UMKM di Desa Trowulan



Gambar 1. Wawancara Pelaku UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Trowulan dengan metode sosialisasi dan pelatihan e-commerce bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), beberapa hasil dapat diidentifikasi. Kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif baik dari segi pengetahuan maupun praktik langsung dalam penggunaan platform e-commerce. Beberapa hasil yang dicapai adalah:

a. Peningkatan Pemahaman Tentang E-Commerce

Pelaku UMKM yang mengikuti sosialisasi dan pelatihan ini memperoleh pengetahuan dasar mengenai e-commerce, mulai dari pemahaman tentang keuntungan penggunaan e-commerce, proses pendaftaran, hingga cara mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk meningkatkan penjualan. Sebelum pelatihan, banyak pelaku UMKM yang hanya bergantung pada penjualan secara tradisional atau lokal. Setelah pelatihan, ada peningkatan kesadaran akan potensi besar yang dimiliki oleh platform digital dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

b. Registrasi UMKM ke Platform E-Commerce

Sebagian besar pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan telah berhasil mendaftarkan bisnis mereka pada platform e-commerce. Mereka diperkenalkan dengan beberapa platform populer di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lain-lain. Proses ini juga melibatkan pendampingan dalam pembuatan akun, pengunggahan produk, serta pengelolaan inventaris dan harga secara online.

c. Peningkatan Keahlian Digital

Selain pengetahuan tentang e-commerce, pelaku UMKM juga mendapatkan pelatihan terkait digital marketing, seperti penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, strategi penentuan harga, cara menarik pelanggan melalui konten kreatif, serta teknik pengambilan gambar produk yang menarik. Keterampilan digital ini menjadi penting untuk menjaga daya saing bisnis mereka di era digital.

d. Kolaborasi dan Dukungan Antar Pelaku UMKM

Melalui kegiatan ini, terjadi peningkatan interaksi antar pelaku UMKM di Desa Trowulan. Mereka saling berbagi pengalaman dan tantangan yang dihadapi, yang pada akhirnya membuka ruang untuk kolaborasi bisnis dalam bentuk kerjasama pemasaran atau distribusi produk.

Pengembangan UMKM melalui e-commerce di Desa Trowulan tidak hanya penting bagi kelangsungan usaha para pelaku UMKM, tetapi juga bagi perkembangan ekonomi desa secara umum. Dengan adanya teknologi digital, UMKM dapat memperluas pasar mereka ke luar desa, bahkan hingga ke luar kota dan luar negeri. Kegiatan ini berhasil menjawab beberapa permasalahan kunci yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Trowulan, seperti:

a. Minimnya Pemahaman Teknologi

Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang teknologi e-commerce. Dengan adanya pelatihan ini, pengetahuan mereka meningkat dan mereka menjadi lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini

penting dalam menghadapi era digital yang terus berkembang.

b. Akses Pasar yang Terbatas

Melalui e-commerce, pelaku UMKM kini memiliki akses ke pasar yang lebih luas. Tidak lagi terbatas pada pasar lokal, mereka dapat menawarkan produk mereka ke berbagai wilayah. Selain itu, beberapa UMKM mulai mengembangkan strategi pemasaran digital melalui media sosial yang mempermudah dalam memperluas jangkauan mereka.

c. Kurangnya Keterampilan dalam Digital Marketing

Program ini juga memberikan pelatihan tentang digital marketing, yang sangat penting dalam menarik pelanggan di platform digital. Pelatihan ini membantu pelaku UMKM dalam membuat konten yang menarik, seperti foto produk berkualitas, deskripsi yang menarik, serta promosi melalui media sosial.

d. Keterbatasan Sumber Daya

Meski pelaku UMKM menghadapi kendala dalam keterbatasan sumber daya untuk menjalankan bisnis digital, pelatihan ini memberikan mereka pemahaman tentang cara memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif, serta memberikan motivasi untuk terus belajar dan berinovasi dalam pemasaran produk.

Tabel 2. Perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian

Kondisi Awal	Intervensi	Kondisi Perubahan
Pelaku UMKM di Desa Trowulan memiliki keterbatasan dalam memahami teknologi digital, khususnya e-commerce.	Memberikan pengetahuan tentang cara mendaftar, mengelola bisnis, dan melakukan penjualan di platform e-commerce	Pelaku UMKM sekarang lebih memahami pentingnya e-commerce dan mulai memanfaatkannya untuk memperluas pasar mereka.
Mayoritas pelaku UMKM hanya mengandalkan penjualan secara tradisional, dengan jangkauan pasar yang terbatas.	Pelaku UMKM diajarkan strategi pemasaran melalui media sosial, konten kreatif, dan cara menarik pelanggan secara online.	Dengan adanya e-commerce, pelaku UMKM tidak lagi hanya bergantung pada pasar lokal, tetapi mampu menjangkau pelanggan di luar desa bahkan hingga nasional.
Keterampilan digital marketing sangat minim, sehingga sulit bagi mereka untuk menarik pelanggan di luar wilayah.	Langsung memfasilitasi pelaku UMKM dalam proses pendaftaran bisnis di platform e-commerce terkemuka seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak.	Pelaku UMKM kini memiliki keterampilan untuk menggunakan media sosial dan alat digital lainnya untuk menarik pelanggan dan memasarkan produk mereka secara lebih efektif.
Akses terhadap platform online sangat terbatas karena kurangnya pengetahuan dan sumber daya.	Penyediaan Pendampingan Teknis: Pelaku UMKM didampingi dalam pemanfaatan sumber daya digital yang ada, seperti penggunaan smartphone untuk foto produk dan pemasaran melalui media sosial.	Ekosistem Bisnis yang Lebih Kompetitif: Pengenalan teknologi dan pemasaran digital menciptakan ekosistem bisnis yang lebih adaptif, inovatif, dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Trowulan berhasil memberikan dampak positif yang signifikan bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program ini, yang berfokus pada pengenalan e-commerce dan pemasaran digital, telah meningkatkan pengetahuan serta keterampilan para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet usaha mereka. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai keuntungan e-commerce, registrasi bisnis di platform digital, dan keterampilan pemasaran yang efektif. Selain itu, terjadi kolaborasi yang lebih baik antar pelaku UMKM, yang menciptakan peluang untuk kerjasama dalam distribusi dan pemasaran produk. Melalui intervensi yang dilakukan, pelaku UMKM tidak hanya berhasil meningkatkan akses pasar mereka ke tingkat yang lebih luas, tetapi juga memahami pentingnya penggunaan teknologi dalam menjalankan bisnis di era digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berperan dalam mendukung perkembangan individu pelaku UMKM, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi desa serta meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas. Keberlanjutan program ini diharapkan dapat terus mendorong peningkatan kualitas dan kuantitas pelaku UMKM di Desa Trowulan di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan artikel ini tepat waktu. Artikel ini disusun sebagai

bagian dari pemenuhan persyaratan tugas akhir magang dalam program Kampus Merdeka. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moril maupun materiil, sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih khusus ditujukan kepada:

- a. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU, selaku rector Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- b. Bapak Zainul Anwar, S.Pd, selaku kepala desa Trowulan yang telah memberikan dukungan atas program yang kami laksanakan.
- c. Para Pelaku UMKM Desa Trowulan yang telah bersedia berpartisipasi dalam sosialisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. (2022). *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 107-118. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jfbd/article/view/1264/973>
- Ayodya, W. (2020). *UMKM 4.0*. PT Elex Media Komputindo. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=bzNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+umkm&ots=rtnXgpHWBG&sig=E48jGJklU3LupZWIk8b7xMWFUI&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20umkm&f=false
- Bowo, F. A. (2023). Peran E-Commerce Dan Strategi Promosi Ditinjau Dari Kebijakan Klustering UMKM Di Era Digital. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 59-66. <https://ejournal-jayabaya.id/Perspektif/article/view/73/51>

- Dwijayanti, I. M., & Prabowo, B. (2023). Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Keputran Kejambon II Melalui Web E-PEKEN Surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 287-294. https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/598/488
- Fitriani, D., & Hwihanus. (2023). Peranan Sistem Informasi Manajemen Terhadap Perkembangan E-Commerce Dalam Pengambilan Keputusan Bagi Usaha UMKM. *Jkpim: Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1), 64-77. <https://jurnal.aksaraglobal.co.id/index.php/jkpim/article/view/50/38>
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152-161. <https://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/392/228>
- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). Peran E-Bisnis dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Economina*, 1(2), 240-247. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/eco nomina/article/view/73/49>
- Istiqomah, A., Kartika, D., & Safira, O. P. (2024). Pengabdian Masyarakat Melalui Pelatihan Pemasaran Digital Menggunakan Ecommerce Shopee Pada UMKM Majun Jaya Di Kp. Pasir Pogor Rt/Rw 009/005 Ds. Nagacipta Kec. Serang Baru Kab. Bekasi. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 10-15. <https://jurnal.dim-unpas.web.id/index.php/dinamika/article/view/552/505>
- Lismula, R. J. A. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Finance and Business Digital (JFBD)*, 1(2), 107-118. https://www.researchgate.net/profile/Arif-Tirtana2/publication/344647374_Rancang_Bangun_Aplikasi_ECommerce_Untuk_Meningkatkan_Pendapatan_UMKM/links/5f90da2f458515b7cf93730f/Rancang-Bangun-Aplikasi-E-Commerce-Untuk-Meningkatkan-Pendapatan-UMKM.pdf
- Maharani, A., & Nurlukman, A. D. (2022). Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Umkm Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Di Kota Tangerang. *Sebatik*, 27(1), 333-343. <https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/2160/827>
- Maria, V., Gunawan, S. N., Faradiva, N. I., Agustiani, H., Ramadhan, D. C., & Salamah, F. (2024). Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Akses Pasar bagi Produk UMKM Lokal di Kota Serang. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 3(2), 155-164. <https://journalstiyappimakassar.ac.id/index.php/Jimas/article/view/1206/1289>
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 34-40. <https://jurnal.abdimas.id/index.php/peradaban/article/view/6/6>
- Orinaldi, M. (2020). Peran E-commerce dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di era Pandemi. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 5(2), 36-53. <https://ojp.e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/index.php/iltizam/article/view/594/364>

- Percepatan Digitalisasi Umkm Dan Koperasi. (2022). TOHAR MEDIA. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=neCWEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA39&dq=buku+digitalisasi+umkm&ots=nGd_DXjpmo&sig=T32FjvWXQw1YmBwQLiIxto2cuuo&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20digitalisasi%20umkm&f=false
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran E-Commerce Media Sosial dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 286-299. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmieb/article/view/23293>
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *KNOWLEDGE : Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 69-75. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/103397445/2023libre.pdf?1686816213=&responsecontentdisposition=inline%3B+filename%3DPeran_Marketplace_Dalam_Meningkatkan_Day.pdf&Expires=1728281622&Signature=VGbvJy2QUSYltJK1iF6glbzDTijoA6OxEWJQVuQ36dshKh6lUA0wSa
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127. <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/65/55>
- Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang. *Jurnal ABDIMAS Mandiri*, 2(2), 106-110. <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PGM/article/view/531/657>
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298 – 309. <https://repository.ubaya.ac.id/39011/>
- Wibowo, Y., & Degustia, F. (2023). Pelatihan E- Commerce Pada UMKM Tekat Tiga Dara. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 2(1), 77-83. <https://ojs3.lppmuus.org/index.php/JPIS/article/view/504/407>