

PEMANFAATAN E – COMMERCE UNTUK UMKM DI DESA PASIR WETAN KABUPATEN BANYUMAS

Nur Amalia Solikhah^{1*}, Saghifa Fitriana², Vadlya Maarif³

^{1,2} Sistem Informasi, Teknologi & Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Kabupaten Banyumas

³ Teknologi Komputer, Teknologi & Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Kabupaten Banyumas

Jalan HR. Bunyamin No.106, Sumampir Wetan, Pabuaran, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53124

nur.nlk@bsi.ac.id ^{1*}, saghifa.sff@bsi.ac.id², vadlya.vlr@bsi.ac.id³

(*) Corresponding Author

Abstract

Advanced technology in computers, and telecommunications support the development of internet technology. With the internet, businessmen no longer have difficulty in obtaining any information, to support their business activities, even now they tend to be able to obtain various kinds of information. The use of the internet by Small and Medium Enterprise (SME) has changed from a function as a tool for electronic exchange of information to a tool for business strategy applications, such as: marketing, sales, and customer service. Marketing on the Internet tends to break through various obstacles, national boundaries, and without standard rules. SMEs face various issues related to e-commerce in terms of marketing, sales, and customer service, such as limited knowledge and skills, trust issues from customers, intense competition, logistics problems, and ever-evolving technology. The purpose of this service is to create innovations in the marketing of Small and Medium Enterprise (SME) products so that they become products that are widely known and can increase sales turnover. The method carried out consists of training, mentoring, diffusion of technology in product marketing through e-commerce. The results obtained are the creation of Small and Medium Enterprise (SME) product marketing innovations, partners gain skills and knowledge, and are expected to increase product sales significantly.

Keywords: : Technology; Small and Medium Enterprise (SME); Training; Design and Sales.

Abstrak

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet pelaku usaha tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas usahanya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi. Penggunaan internet oleh UMKM berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di Internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. UMKM menghadapi berbagai permasalahan dalam pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan terkait dengan e-commerce, seperti keterbatasan pengetahuan dan keterampilan, masalah kepercayaan konsumen, persaingan yang ketat, masalah logistik, dan teknologi yang terus berkembang. Tujuan dari pengabdian ini untuk menciptakan inovasi dalam pemasaran produk-produk UMKM sehingga menjadi produk yang banyak dikenal luas dan dapat meningkatkan omset penjualan. Metode yang dilakukan terdiri dari pelatihan, pendampingan, difusi teknologi dalam pemasaran produk melalui e-commers. Hasil yang diperoleh adalah terciptanya inovasi pemasaran produk UMKM, mitra mendapatkan keterampilan dan pengetahuan, hingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk secara signifikan.

Kata kunci: Teknologi; UMKM; Pelatihan; Design dan Penjualan.

PENDAHULUAN

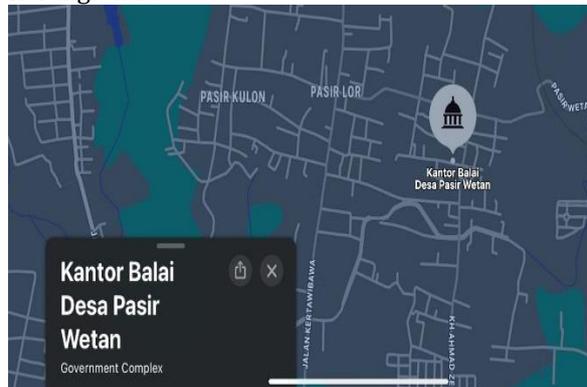
Penggunaan internet telah mengalami perkembangan yang luar biasa di bidang usaha, tidak hanya pada usaha dengan skala besar namun

pada usaha kecil dan menengah (UMKM). Penggunaannya meluas karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses kegiatan bisnis/usaha, termasuk diantaranya dalam hal pemasaran produk-

produk[1]. Pemasaran di internet sama dengan direct marketing, dimana konsumen berhubungan langsung dengan penjual, tanpa ada batasan wilayah desa/ kecamatan/kota bahkan negara. Penetrasi internet di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2019, sekitar 64,80% dari total penduduk tahun 2019 menggunakan internet. Pada tahun 2021, persentase penetrasi internet meningkat menjadi sekitar 73,70% dari total penduduk tahun 2021[2]. Fakta ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam penggunaan internet di Indonesia selama periode tersebut. Peningkatan penetrasi internet dapat diartikan sebagai adanya upaya meningkatkan aksesibilitas dan infrastruktur internet di negara ini. Hal ini berdampak positif pada masyarakat Indonesia dalam hal akses informasi, komunikasi, dan peluang di era digital. Pengguna internet di Indonesia sampai dengan bulan Juli Tahun 2022 berjumlah sekitar 212 Juta pengguna atau sekitar 76,3% dari total penduduk Indonesia[3]. Motivasi dan manfaat teknologi informasi juga berdampak signifikan terhadap perkembangan e-commerce dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan telah mendorong usaha untuk mengembangkannya dan menjadikan e-commerce menjadi bagian dalam proses berjalannya usaha mereka[4]. E-commerce adalah perdagangan elektronik, sebuah pemasaran barang atau jasa dengan sistem elektronik melalui internet[5]. Penggunaan electronic commerce (e-commerce) untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, merupakan salah satu faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan suatu produk di pasaran. Hal ini karena memudahkan pelanggan dalam mengakses serta melakukan pesanan dari berbagai tempat [6]. Dengan adanya era teknologi yang canggih saat ini para pelanggan yang ingin mengakses e-commerce tidak harus berada di suatu tempat, hal itu dikarenakan telah banyak tempat yang menyediakan suatu fasilitas internet. Penggunaan aplikasi ecommerce bagi umkm juga bisa meningkatkan efisiensi operasional umkm karena menyediakan berbagai fitur analitik dan laporan yang membantu umkm dalam memantau kinerja penjualan, memahami preferensi pelanggan, dan mengidentifikasi tren pasar[7]. Namun demikian salah satu tantangan dalam implementasi ecommerce bagi masyarakat khususnya bagi para penjual adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan pedagang dalam menggunakan teknologi e-commerce[8].

Berdasarkan latar belakang ini, kami ingin berkontribusi dalam membantu dan membagi keilmuan yang dimiliki. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan bagi Kelompok UMKM

Desa Pasir Wetan Kecamatan Karanglewas Kabupaten Banyumas yang beralamat di Jl. Noer Chakim, Pasir Wetan, Kec. Karanglewas. Kegiatan ini diharapkan dapat mengembangkan usaha dan meningkatkan omset penjualan produk-produk UMKM yang berada di Desa Pasir Wetan Kecamatan Karanglewas



Gambar 1. Lokasi pengabdian masyarakat

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu pelatihan, pendampingan dalam proses pembuatan e-commerce, dan pendampingan dalam penggunaan e-commerce dalam usaha pemasaran produk-produk UMKM. E-commerce memiliki peran yang dapat membantu para wirausaha berskala mikro meningkatkan perkembangan bisnisnya. Peran tersebut antara lain kemudahan komunikasi, kemudahan pemasaran, modal minim, dan efisiensi waktu[9]. Dalam pelatihan, peserta akan diberikan pengetahuan dan keterampilan tentang penggunaan teknologi informasi dalam memasarkan produk-produk UMKM secara online. Sedangkan dalam pendampingan pembuatan e-commerce, peserta akan dibantu dalam membuat toko online yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar mereka[10].

Tahap pertama adalah pengenalan pada teknologi pemasaran usaha, yaitu jenis-jenis e-commerce yang berkembang saat ini. Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat memberikan pemahaman tentang konsep dan jenis-jenis e-commerce, beserta keuntungan dan risikonya dalam penggunaan e-commerce bagi usaha kecil dan menengah (UMKM)[11]. Pemahaman ini sangat penting dalam membantu UMKM memilih jenis e-commerce yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka.

Tahap kedua adalah pendampingan dalam pembuatan e-commerce melalui platform SHOPEE. Tim pengabdian masyarakat membantu UMKM dalam membuat akun SHOPEE dan memberikan

panduan dalam proses pembuatan dan pengelolaan toko SHOPEE. Dalam tahap ini, UMKM diajarkan bagaimana cara mengunggah produk, menentukan harga, mengatur stok, dan bagaimana memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh SHOPEE untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan [12].



Gambar 2. Memberikan pelatihan tentang e-commerce

Tahap ketiga adalah pendampingan dalam penggunaan e-commerce melalui platform SHOPEE. Tim pengabdian masyarakat membantu UMKM dalam memanfaatkan e-commerce sebagai sarana pemasaran produk. Pada tahap ini, UMKM diajarkan tentang cara mempromosikan toko dan produk melalui SHOPEE, serta cara memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia seperti iklan dan promosi. Tim juga memberikan pelatihan tentang cara mengatur transaksi dan pengiriman produk, serta penanganan masalah yang mungkin terjadi dalam proses pemasaran melalui e-commerce.



Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Toko Shopee

Dengan tahapan-tahapan tersebut, diharapkan UMKM dapat memanfaatkan teknologi e-commerce dengan lebih baik dan efektif. Dalam jangka panjang, pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu meningkatkan produktivitas, meningkatkan penjualan, dan membuka peluang baru bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing di era digital yang semakin berkembang pesat.

Selain itu, pendampingan dalam penggunaan e-commerce dalam usaha pemasaran produk-produk UMKM juga akan dilakukan untuk membantu peserta memanfaatkan toko online mereka secara maksimal. Dalam pendampingan ini, peserta akan dibimbing dalam mengelola toko online, seperti melakukan promosi produk, memperbarui informasi produk, mengelola stok dan pesanan, serta mengelola pembayaran. Dengan metode-metode ini, diharapkan UMKM dapat memperluas pasar mereka dan meningkatkan keuntungan melalui penjualan online.

Pelaksanaan pengabdian ini melalui beberapa metode, yaitu pelatihan, pendampingan dalam proses pembuatan e-commerce, serta pendampingan dalam penggunaan e-commerce dalam usaha pemasaran produk-produk UMKM. Kegiatan pelatihan yang dilakukan telah membuka kesempatan bagi mitra untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran produk secara online. Selain itu, mitra juga aktif memberikan usulan untuk cara meningkatkan efektivitas pemasaran, seperti dalam mendesain bentuk e-commerce yang menarik dan eye-catching bagi pelanggan [13].

Dalam pendampingan pembuatan e-commerce, mitra telah dituntun untuk membuat toko online yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar mereka. Mitra juga menunjukkan antusiasme dalam menggunakan e-commerce untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM menjadi lebih luas. Dalam pendampingan penggunaan e-commerce dalam usaha pemasaran produk UMKM, mitra dibimbing untuk memaksimalkan penggunaan toko online, seperti dalam melakukan promosi produk, memperbarui informasi produk, mengelola stok dan pesanan, serta mengelola pembayaran.

Kerja sama antara mitra dan tim pengabdian diharapkan dapat meningkatkan pemasaran produk UMKM secara online, sehingga dapat membantu para pelaku usaha untuk meningkatkan omset dan keuntungan. Mitra yang aktif dalam mengikuti kegiatan pelatihan dan memberikan usulan akan memperoleh manfaat yang maksimal dari pelaksanaan pengabdian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang sukses tidak terlepas dari tahapan-tahapan yang terstruktur dengan baik. Berikut ini adalah beberapa tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat yang fokus pada pengenalan teknologi pemasaran usaha dan pendampingan dalam pembuatan dan penggunaan e-commerce, khususnya melalui platform SHOPEE.

Aplikasi Shopee digunakan dalam pelatihan antara lain karena faktor kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan memberikan banyak kemudahan dalam bertransaksi dan kepercayaan (*trust*) dalam bentuk jaminan bertransaksi serta rekomendasi dan penilaian dari konsumen kemudahan dan keamanan transaksi [14]

Bagi para pengusaha kecil dan menengah, membuka toko online di Shopee bisa menjadi cara praktis untuk memasarkan produk mereka. Berikut adalah langkah-langkah praktis untuk membuka toko di Shopee:

Pertama, pastikan kamu sudah memiliki aplikasi Shopee di ponsel atau gadget-mu. Kamu bisa mengunduh aplikasi Shopee melalui Google Play Store atau App Store menggunakan ponsel Anda, atau mengakses situs Shopee melalui <https://shopee.co.id/> menggunakan komputer atau laptop.

Setelah memiliki aplikasi Shopee, langkah selanjutnya adalah membuat akun Shopee. Kamu bisa mendaftar akun menggunakan nomor ponsel, akun Facebook, atau akun Google. Setelah berhasil masuk, pilih menu "Saya" di pojok kanan bawah aplikasi Shopee. Kemudian, klik "Mulai Jual" pada halaman Saya.

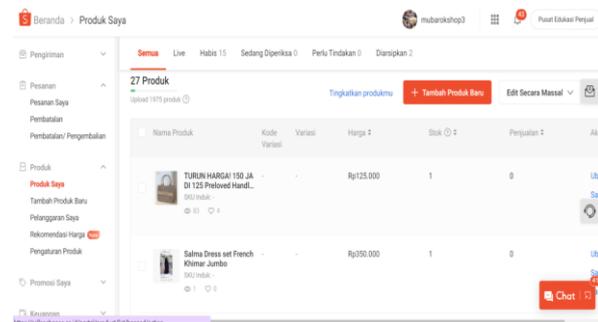
Setelah itu, klik "Mulai Pendaftaran" dan isi informasi penting yang dibutuhkan, seperti nama toko, toko icon, nomor rekening, dan NIK. Setelah toko sudah selesai dibuat, kamu bisa mengunggah foto produk yang ingin kamu jual.

Sebelum membuka toko di Shopee, pastikan kamu sudah menyiapkan hal-hal penting seperti nama toko, toko icon, foto produk, nomor rekening, dan NIK. Nama toko yang menarik dapat membantu membangun branding dan membantu konsumen mengingat toko Anda. Setelah menentukan nama toko, selanjutnya adalah menentukan toko icon atau logo. Toko icon menjadi identitas visual yang mewakili toko Anda. Gunakan gambar atau desain yang sederhana namun mudah diingat oleh calon pembeli.



Gambar 4. Melengkapi profil toko

Ketiga, foto produk yang menarik dan berkualitas dapat meningkatkan minat calon pembeli untuk membeli produk. Pastikan foto produk yang diunggah memiliki pencahayaan yang cukup, angle yang baik, dan tampilan produk yang jelas.

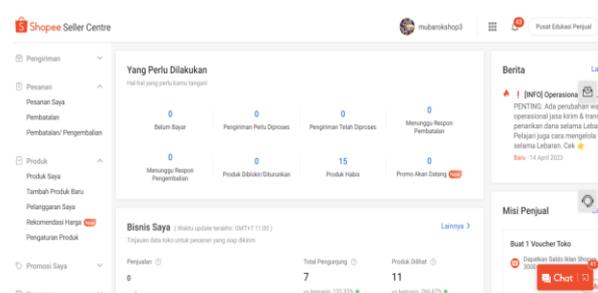


Gambar 5. Memasukan foto produk.

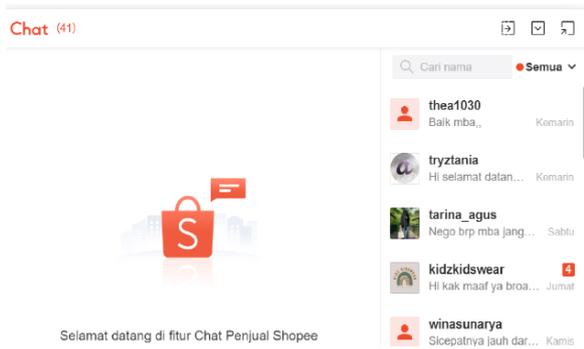
Keempat, nomor rekening diperlukan untuk menerima pembayaran dari calon pembeli. Pastikan nomor rekening yang digunakan aktif dan terverifikasi. Kelima, NIK atau Nomor Indentitas Kependudukan diperlukan sebagai identitas resmi Anda sebagai penjual. Pastikan NIK yang digunakan adalah NIK yang valid dan terdaftar.

Dengan mempersiapkan hal-hal tersebut, toko online di Shopee yang dibuka dapat menarik perhatian calon pembeli dan meningkatkan peluang untuk mendapatkan penjualan. Selain itu, persiapan yang matang juga dapat membantu penjual untuk lebih profesional dalam menjalankan bisnis online di platform e-commerce[15].

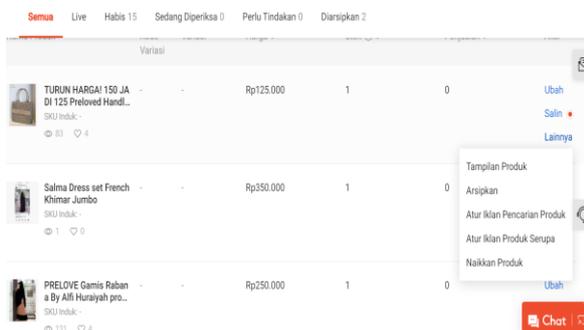
Pada pelatihan ini juga dijelaskan untuk proses manajemen foto antara lain mengecek produk yang telah habis, berkomunikasi melalui chat dengan pembeli. menaikkan produk yang ingin ditampilkan pada halaman utama toko, dan proses pengarsipan produk toko. Proses manajemen toko online merupakan salah satu faktor penting untuk mengelola dan menjalankan bisnis e-commerce dengan efisien dan efektif.



Gambar 6. Produk yang sudah habis



Gambar 7. Komunikasi melalui fitur chat shopee



Gambar 8 . Menaikan produk pada halaman utama toko

Berdasarkan kuesioner didapatkan hasil bahwa para peserta kegiatan pelatihan UMKM merasa puas dan terbantu dengan adanya pelatihan ini karena mereka dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan terkait teknologi yang berkaitan dengan penjualan online. Dalam pelatihan ini, peserta belajar tentang strategi pemasaran yang efektif, penggunaan platform e-commerce, dan bagaimana membangun situs web yang menarik dan aman. Peserta juga mempelajari bagaimana meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memberikan layanan yang baik.



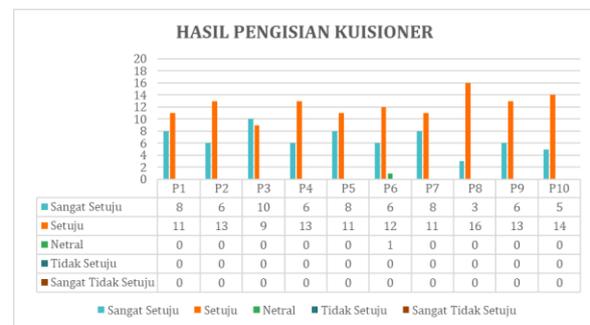
Gambar 9. Pelaksanaan pengabdian masyarakat di desa Pasirwetan

Para peserta berharap agar kegiatan pelatihan serupa dapat diadakan lagi dengan tema yang berbeda, seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran dan peningkatan keterampilan

manajerial, dan teknologi terkini serta trend dalam bisnis online untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka, para peserta merasa yakin bahwa mereka dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis mereka secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil kuisiner terhadap peseta pelatihan, secara umum, peserta kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Bina Sarana Informatika memberikan respons positif terhadap berbagai aspek kegiatan tersebut. Mayoritas peserta setuju atau sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan. Dalam hal pelayanan, personil atau anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat dinilai memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan peserta. Keluhan, pertanyaan, atau permasalahan yang diajukan oleh peserta juga ditindaklanjuti dengan baik oleh tutor yang terlibat.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan tersebut dinilai sesuai dengan kebutuhan peserta dalam menambah wawasan, pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian. Peserta juga mendapatkan materi kegiatan berupa modul dan soal latihan. Selain itu, peserta merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Bina Sarana Informatika. Kegiatan tersebut dinilai bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian peserta.



Gambar 10. Grafik Evaluasi Pengisian Kuisioner Peserta

Tabel 1 Detail Pertanyaan Kuisioner Peserta

P1	Personil / Anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan peserta
P2	Tutor menyampaikan materi kegiatan dengan jelas dan mudah dimengerti oleh peserta
P3	Setiap keluhan/ pertanyaan/ permasalahan yang diajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh tutor yang terlibat 3
P4	Materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan peserta dalam menambah wawasan, pengetahuan, ketrampilan dan keahlian peserta

P5	Peserta mendapatkan materi kegiatan berupa modul dan soal latihan
P6	Peralatan untuk menyampaikan materi memadai
P7	Kegiatan pengabdian masyarakat yang disampaikan bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan, ketrampilan dan keahlian peserta
P8	Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan
P9	Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Universitas Bina Sarana Informatika sesuai dengan harapan saya
P10	Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat

Terhadap tingkat kepuasan dan manfaat yang diperoleh, sebagian besar peserta menyatakan kesediaan untuk berpartisipasi atau terlibat jika kegiatan serupa diselenggarakan kembali. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Bina Sarana Informatika telah berhasil dalam memberikan pelayanan yang memadai, menyampaikan materi dengan jelas, dan memberikan manfaat yang signifikan bagi peserta.



Gambar 11. Grafik kepuasan peserta terhadap kegiatan PM

KESIMPULAN

Pelatihan dalam pembuatan dan mendesain produk untuk memasarkan produk-produk UMKM melalui ecommerce merupakan upaya untuk membantu pelaku usaha kecil menengah agar dapat lebih mengoptimalkan pemasaran produk mereka melalui platform digital. E-commerce yang dirancang dengan baik dapat memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi konsumen, sekaligus membantu UMKM meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar.

Desain user interface yang mudah digunakan dan menarik adalah faktor penting dalam membangun pengalaman belanja yang positif

bagi konsumen. Pelatihan dalam hal ini dapat membantu UMKM untuk memahami prinsip-prinsip desain yang efektif, serta bagaimana menerapkannya ke dalam tampilan dan navigasi toko online mereka.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pengabdian masyarakat merupakan salah satu bentuk kegiatan akademik yang sangat penting bagi perguruan tinggi dalam memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat. Universitas Bina Sarana Informatika sebagai perguruan tinggi yang berkomitmen dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, telah sukses melaksanakan pengabdian masyarakat di Desa Pasir Wetan, Kabupaten Banyumas dengan dukungan yang sangat baik dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, kami ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang tulus kepada Universitas Bina Sarana Informatika, yang telah memberikan dukungan yang sangat baik dan lancar dalam pelaksanaan pengabdian ini. Tanpa dukungan yang diberikan oleh pihak universitas, pengabdian masyarakat ini tidak akan dapat terlaksana dengan optimal. Dukungan ini sangat penting dalam membantu tim pengabdian masyarakat untuk menjalankan setiap tahapan dengan baik, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih yang sangat besar kepada mitra UMKM di Desa Pasir Wetan, Kabupaten Banyumas, yang telah memberikan kerjasama yang sangat baik selama pelaksanaan pengabdian masyarakat. Mitra UMKM tersebut telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran yang besar dalam membangun kemitraan yang saling menguntungkan. Kerjasama ini sangat penting dalam membantu mitra UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka melalui penerapan teknologi informasi yang tepat.

Pada akhirnya, kami berharap pengabdian masyarakat ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat Desa Pasir Wetan, Kabupaten Banyumas, khususnya untuk para pelaku usaha kecil dan menengah. Kami berharap agar program ini dapat menjadi awal yang baik dalam membangun kemitraan yang berkelanjutan antara perguruan tinggi, mitra UMKM, dan masyarakat. Kami yakin bahwa dengan adanya kerjasama yang baik dan dukungan yang kuat dari berbagai pihak, kita dapat bersama-sama mengembangkan dan meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat Desa Pasir Wetan, Kabupaten Banyumas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Intan, V. T. Handayani, and N. H. Saefullah, "Membangun Generasi Kritis melalui Keterampilan Literasi Digital," *Selaparang*, vol. 5, no. 1, pp. 89–94, 2021, doi: 10.31764/jpmb.v5i1.6404.
- [2] M. Arif, "Profil internet Indonesia 2022," 2022. [Online]. Available: apji.or.id
- [3] "Internet 2022 Usage in Asia," 2023. <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asia> (accessed Apr. 03, 2023).
- [4] S. Nugraha and D. Nuraeni, "Peran Teknologi Internet Dalam E-Commerce," *J. Civ. Soc. Stud.*, vol. 5, no. 2, pp. 181–191, 2021.
- [5] H. F. A. Abdi, "Pengertian E-commerce Menurut Para Ahli dan Contohnya di Indonesia." <https://www.liputan6.com/hot/read/4856338/pengertian-e-commerce-menurut-para-ahli-dan-contohnya-di-indonesia> (accessed Apr. 11, 2023).
- [6] Maria Magdalena Batee, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli," *J. Ekon. dan Ekon. Syariah*, 2019.
- [7] A. A. Maziyyah, "Penggunaan Self-service Business Intelligence Dalam Pengambilan Keputusan Di Ukm Pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Toko Sayur Keluarga Yogyakarta," Universitas Islam Indonesia, 2022.
- [8] S. D. Setiawati, A. Diniati, and M. A. S. Sutarjo, "KOMPETENSI KOMUNIKASI DIGITAL SEBAGAI DASAR ADAPTASI DIGITAL MARKETING," in *Prosiding COSECANT: Community Service and Engagement Seminar*, 2023, vol. 2, no. 2.
- [9] I. M. S. Wiguna, "Analisis Bisnis Penjualan Liquid Palsu di Shopee," 2022.
- [10] P. Trulline, "Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce," *J. Manaj. Komun.*, vol. 5, no. 2, p. 259, 2021.
- [11] G. M. Putra, A. Muhazir, J. Hutahaean, and A. Z. Syah, "Kewirausahaan berbasis E-Commerce untuk meningkatkan pendapatan keluarga di Polsek Porsea," in *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 2020, vol. 1, no. 1, pp. 17–23.
- [12] I. A. Rozi and K. Khuzaini, "Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee," *J. Ilmu Dan Ris. Manaj.*, vol. 10, no. 5, 2021.
- [13] M. Sean, *Developing an Internet Marketing Strategy*. 2011.
- [14] N. Latifah, A. Widayani, and R. A. Normawati, "Pengaruh perceived usefulness dan trust terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce Shopee," *Bisma J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 14, no. 1, pp. 82–91, 2020.
- [15] M. N. Baihaqi *et al.*, "Business Process Reengineering for Red Onion E-Commerce System," *J. INFORMATICS Telecommun. Eng.*, vol. 6, no. 2, pp. 559–569, 2023.