



Seminar Nasional
Pengabdian kepada Masyarakat
Peran Strategis Akademisi dalam Pemberdayaan Masyarakat Menuju
Pembangunan Berkelanjutan
11 Oktober 2025

Digitalisasi Pemasaran Melalui Aplikasi Web E-Commerce
Pada IRT Keripik Bayam Berkah Barokah Guna Memperluas Wilayah
Pemasaran

Dian Ayu Liana Dewi, Muhammad Tahwin, Fajar Sodik, Rahma Auliya, Muhammad Ilham Al Asrori

Universitas YPPI Rembang
Dianayu.lianadewi@gmail.com, tahwinm@yahoo.co.id, fajaryppi@gmail.com,
rahmauliyaaa06@gmail.com, muhammadilham4946@gmail.com

ABSTRAK

IRT Keripik Bayam Berkah Barokah merupakan usaha kecil yang masih memasarkan produknya secara konvensional. Permasalahan ini muncul akibat keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Tim Universitas YPPI Rembang bertujuan untuk membantu mitra melalui pembuatan aplikasi web e-commerce dan pelatihan pengelolaannya. Metode pelaksanaan meliputi observasi, pembuatan website, pelatihan, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah mampu menggunakan web e-commerce untuk pemasaran dan administrasi penjualan secara mandiri. Evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan berjalan efektif, sesuai dengan kebutuhan, serta mendapatkan apresiasi dari mitra. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar produk mitra di era digital.
Kata kunci: digitalisasi, e-commerce, pemasaran.

ABSTRACT

IRT Keripik Bayam Berkah Barokah is a small business that still relies on conventional methods for marketing its products. This issue arises due to limited knowledge and skills in utilizing digital technology. The community service activity conducted by the team from Universitas YPPI Rembang aimed to assist the partner through the development of a web-based e-commerce application and training on its management. The implementation methods included observation, website development, training, and mentoring. The results showed that the partner is now capable of independently using the e-commerce website for marketing and sales administration. Evaluation results indicate that the program was implemented effectively, met the partner's needs, and received positive feedback. This program is expected to enhance the partner's competitiveness and market reach in the digital era.
Keywords: digitalization, e-commerce, marketing.

PENDAHULUAN

Bayam merupakan salah satu komoditas pertanian yang banyak dibudidayakan oleh petani. Ketersediaan bayam yang melimpah berdampak saat ini banyak berdiri usaha kecil yang mengolah daun bayam menjadi keripik. Keripik bayam dikenal sebagai camilan sehat dan lezat serta bergizi. Dalam perkembangannya popularitas keripik bayam meningkat sehingga meningkatkan permintaannya (Adriati et al., 2025). Salah satu usaha kecil yang memproduksi keripik bayam adalah Berkah Barokah yang beralamat di Desa Sendangasri Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. Dalam kegiatan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

pengabdian masyarakat ini, IRT Berkah Barokah adalah sebagai mitra. Usaha keripik bayam ini dikelola oleh Ibu Enik yang dibantu oleh warga sekitar rumahnya. Kegiatan produksi menjadi satu dengan rumah tinggal.

Identifikasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas YPPI Rembang menemukan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Mitra menjelaskan pemasaran dilakukan hanya berdasarkan informasi dari pembeli kepada pembeli lain (*word of mouth*). Dengan demikian jika dilihat dari aspek pemasaran, IRT Berkah Barokah pemasarannya masih sangat konvensional, sehingga kurang maksimal. Hal ini disebabkan adanya keterbatasan pengetahuan pemilik tentang pemanfaatan teknologi informasi sebagai media pemasaran. Mitra menyadari apabila ingin usahanya ingin berkembang maka harus meningkatkan pemasarannya. Namun belum bisa melakukannya karena keterbatasannya dalam penguasaan teknologi informasi.

Kendala yang dihadapi oleh mitra tersebut pada umumnya juga dihadapi oleh usaha kecil di Indonesia. Secara umum usaha kecil menghadapi permasalahan lemahnya akses pasar dan kurangnya pengetahuan serta keterampilan dalam memanfaatkan teknologi informasi pemasaran (Kamil et al., 2022). Padahal di era digital dengan persaingan usaha semakin ketat, pemanfaatan teknologi informasi dan *e-commerce* dapat menjadi salah satu solusi bagi usaha kecil untuk memperluas pasar. Namun masih banyak pelaku usaha kecil yang belum dapat memanfaatkan teknologi informasi seperti *e-commerce* untuk kegiatan promosi, termasuk usaha kecil yang menjual produk makanan lokal (Ula et al., 2023). Sebagian besar pelaku usaha kecil masih sangat terbatas dalam menggunakan teknologi informasi untuk pemasaran produknya. Kondisi tersebut disebabkan kurangnya informasi dan pengetahuan pelaku usaha terhadap digitalisasi serta potensi website sebagai media promosi. Selain itu, faktor lain yang menyebabkan rendahnya pemanfaatan *e-commerce* untuk pemasaran produk adalah keterbatasan sumber daya yang dimiliki usaha kecil (Ula et al., 2023).

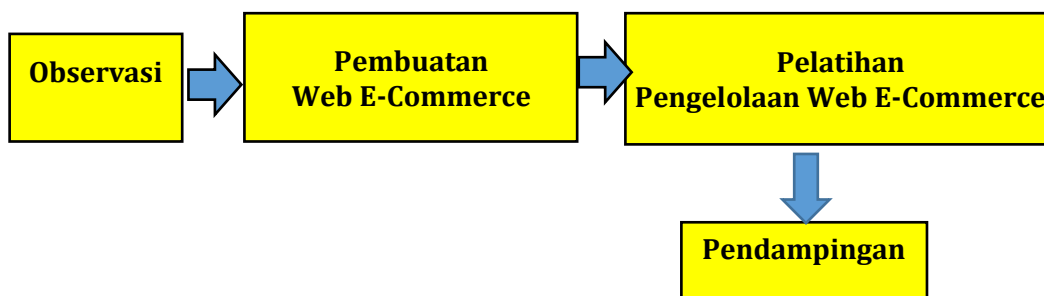
Demikian juga kondisi yang terjadi pada IRT Keripik Bayam Berkah Barokah. Keterbatasan modal, sumber daya manusia serta kurangnya pengetahuan tentang usaha, menjadikan kesulitan dalam melakukan pemasaran. Keterbatasan tersebut menjadi permasalahan yang urgen bagi mitra dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan yang dihadapi tersebut tidak mungkin diselesaikan sendiri oleh mitra. Mitra membutuhkan bantuan dan pendampingan dari pihak lain. Salah satu pendekatan yang bisa dilakukan untuk mengatasi permasalahan pemasaran adalah meningkatkan kemampuan dan keterampilan penguasaan teknologi informasi (Pelipa & Marganingsih, 2020).

Semakin berkembangnya digitalisasi, pemanfaatan teknologi digital dan *e-commerce* merupakan solusi yang tepat bagi usaha kecil dalam upaya meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar (Kamil et al., 2022). Hal ini yang mendasari Tim Pengabdian Universitas YPPI Rembang menawarkan solusi untuk membantu mengatasi permasalahan mitra dengan pembuatan aplikasi *e-commerce* berupa *website* serta pelatihan pengelolaannya untuk mendukung pemasaran yang efektif sehingga penjualannya meningkat. *E-commerce* dapat dikatakan sebagai suatu pola hubungan antara pebisnis dan konsumen, dengan menggunakan internet dan media *website* yang dimanfaatkan untuk menjual produknya serta melayani konsumen secara efektif dan efisien tanpa konsumen datang ke tempat penjualan. Perbedaan utama antara transaksi sistem *e-commerce* dengan transaksi konvensional terletak pada seluruh aktivitas mulai dari pencarian informasi tentang produk, pemesanan dan proses pembayaran di *e-commerce* dilakukan secara *online* (Evasari et al., 2019).

Pembuatan aplikasi *web e-commerce* serta pelatihan menjadi sangat penting bagi mitra karena di era digital keberadaan *online* akan sangat mendukung untuk meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasarnya. Aplikasi yang diberikan diharapkan dapat membantu mitra membangun toko *online*, mempromosikan produknya serta berinteraksi secara aktif dengan calon konsumen. Sehingga kegiatan pengabdian yang dilaksanakan tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital saja, tetapi juga diarahkan untuk memberikan dampak positif yang lebih besar. Meningkatnya pemasaran *online* yang dilakukan mitra maka akan dapat menjangkau pasar yang lebih luas yang berpotensi meningkatkan pendapatan mitra. Dengan demikian tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pemahaman dan keterampilan tentang pemanfaatan aplikasi *web e-commerce* untuk strategi pemasaran yang efektif.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada mitra adalah pembuatan aplikasi *e-commerce* dan pelatihan pengelolaan *web* untuk pemasaran yang efektif. Hal ini dikarenakan *e-commerce* merupakan media yang efektif untuk strategi penjualan produk bagi UMKM (Puspita et al., 2023). Selain itu dengan mengimplementasikan strategi digital marketing akan meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM (Kamil et al., 2022). Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagaimana Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Observasi

Observasi dilakukan oleh Tim pengabdian dengan datang langsung ke lokasi mitra. Tahap observasi ini bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi kondisi aktual mitra yang mencakup kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi mitra. Hasil observasi menjadi dasar dalam merancang program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan riil mitra.

Pembuatan *Web E-Commerce*

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh tim pengabdian, diidentifikasi bahwa pemasaran yang dilakukan oleh mitra masih konvensional. Sehingga mitra sangat membutuhkan teknologi informasi untuk melakukan strategi pemasaran yang efektif. Maka dengan kesepakatan bersama mitra solusi yang diberikan adalah pembuatan aplikasi web *e-commerce*. Implementasi *web e-commerce* tersebut, maka mitra dapat melakukan pemasaran dan penjualan secara *online*. Dengan demikian jangkauan pemasaran mitra lebih luas dan terjadi peningkatan layanan terhadap konsumen yang dapat meningkatkan penjualan.

Pelatihan Pengelolaan *Web E-Commerce*

Pelatihan pengelolaan *web e-commerce* ini merupakan tindak lanjut dari pembuatan aplikasi *web e-commerce*. Pelatihan dilaksanakan di rumah mitra selama 1 hari dengan peserta orang yang terdiri dari pemilik dan tenaga kerja IRT Keripik Bayam Berkah Barokah. Mitra diharapkan mampu memahami konsep dasar *e-commerce*, mengelola konten dan produk pada situs *web*, serta melakukan transaksi secara *online*. Dengan demikian pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra dalam mengelola dan menggunakan *platform* digital sebagai media pemasaran dan sarana penjualan produknya secara *online*.

Pendampingan

Pendampingan dilaksanakan untuk memastikan implementasi dari program berjalan efektif. Pendampingan difokuskan pada pengelolaan *web e-commerce* agar mitra dapat memanfaatkan aplikasi tersebut secara maksimal untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produknya. Pada saat pendampingan juga akan dilakukan evaluasi untuk menilai efektivitas dan kebermanfaatan program terhadap perkembangan usaha mitra melalui butir-butir penilaian terhadap kegiatan pengabdian dilakukan oleh Tim dengan mendistribusikan kuisioner kepada pemilik dan peserta pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi

Observasi yang dilakukan oleh Tim pengabdian berhasil mengidentifikasi permasalahan yang harus segera diselesaikan adalah dari aspek pemasaran yaitu strategi pemasaran masih konvensional. Solusi yang disepakati sebagai program dalam pengabdian masyarakat adalah pembuatan aplikasi *web e-commerce* dan pelatihan pengelolaan *web e-commerce*. *Web e-commerce* dapat menjadi sarana bagi

mitra untuk melakukan pemasaran online sehingga dapat diakses secara luas oleh calon pembeli tanpa batasan wilayah. Implementasi dari program pengabdian juga disertai pelatihan dan pendampingan agar mitra memiliki kemandirian dapat mengelola *web e-commerce*. Adapun kegiatan observasi dan koordinasi seperti pada Gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Observasi dan Kordinasi Tim Pengabdian Bersama Mitra

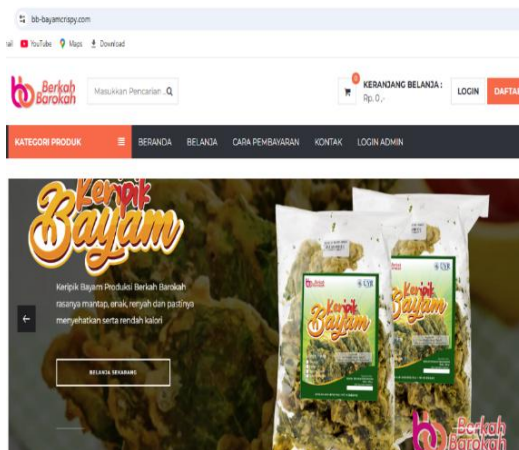
Pembuatan *Web E-Commerce*

Pembuatan *web e-commerce* ini karena mitra membutuhkan implementasi teknologi informasi untuk memasarkan produknya secara luas serta dapat melakukan transaksi secara *online*. *E-commerce* merupakan solusi teknologi sebagai upaya memperluas wilayah, penjualan, pemasaran serta transaksi (Kusumawati, Tri Ika Jaya, Dinda Triana, 2024). *E-commerce* dapat menjadi sarana promosi yang memberikan akses calon konsumen masuk dengan mudah dan efisien. Sehingga merupakan peluang yang besar pelaku usaha untuk memasarkan produk dan mengembangkan usaha mereka. Dengan memanfaatkan *e-commerce* maka pelaku usaha dapat meningkatkan pangsa pasarnya, memperluas jangkauan pemasaran serta mempersingkat waktu pemasaran (Roosdhani et al., 2023).

Sehingga pembuatan *web e-commerce* merupakan solusi yang tepat dan sesuai kebutuhan dengan mitra untuk meningkatkan aktivitas serta memperluas pangsa pasarnya. Dengan memanfaatkan *platform e-commerce* mitra dapat mengatur tampilan toko *online* serta mengoptimalkan strategi pemasaran digital. Adapun link *web e-commerce* IRT Berkah barokah adalah: <https://bb-bayamcrispy.com/>

1. Halaman Beranda

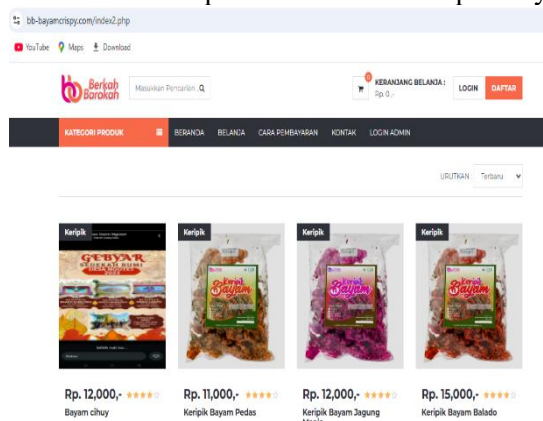
Pada halaman awal ini terdapat beberapa fitur yang disediakan aplikasi, seperti: *teksbox* pencarian (untuk melakukan pencarian produk). Simbol keranjang untuk melihat daftar belanjaan yang sudah dipilih, lalu tombol *login* digunakan untuk proses pemesanan produknya, dan tombol daftar yang berfungsi untuk registrasi/pendaftaran pelanggan baru pada aplikasi *e-commerce* IRT Berkah Barokah (*onlinenya*). Pada beranda juga terdapat beberapa tombol menu navigasi yang mempermudah *user* melakukan aktivitas didalam aplikasi *e-commerce* IRT Berkah Barokah (Gambar 3).



Gambar 3 Beranda *Web E-Commerce* IRT Berkah Barokah

2. Halaman Belanja

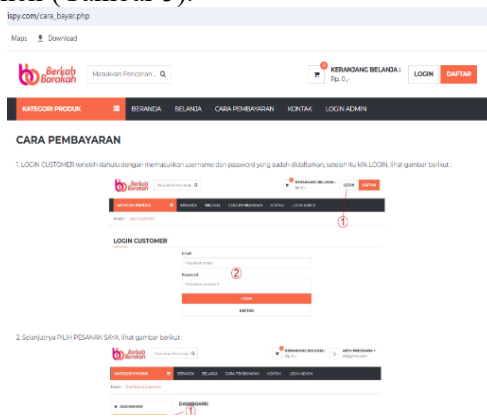
Halaman belanja berisi produk yang sudah *dipost* oleh admin. Calon pembeli atau *user* bisa melihat dan memilih produk serta harga. Untuk melakukan pembelian, *user* bisa menekan tombol masukkan keranjang dan bisa melakukan proses *checkout* atau pembayaran (Gambar 4).



Gambar 4. Halaman Belanja *Web E-Commerce* IRT Berkah Barokah

3. Halaman Cara Pembayaran

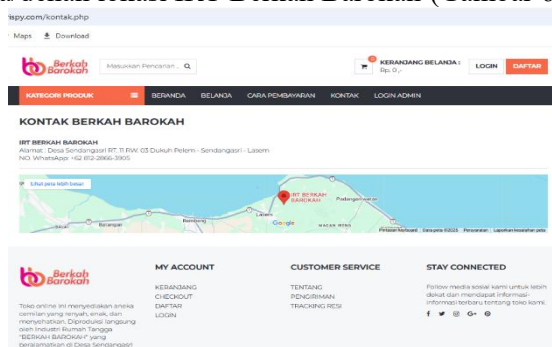
Pada halaman ini, calon pembeli dijelaskan alur pembayaran barang secara *online*, sampai produk diterima oleh konsumen (Gambar 5).



Gambar 5. Halaman Cara Pembayaran *Web E-Commerce* IRT Berkah Barokah

4. Halaman Kontak

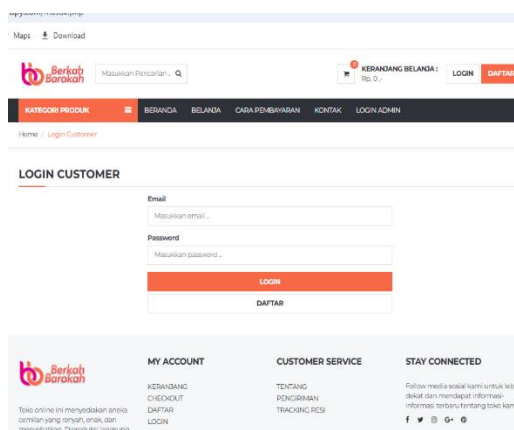
Pada halaman ini berisi informasi tentang alamat IRT Berkah Barokah, nomor handphone, jejaring sosial sampai peta/denah lokasi IRT Berkah Barokah (Gambar 6).



Gambar 6 Halaman Kontak *Web E-Commerce* IRT Berkah Barokah

5. Halaman Login Pengguna/Customer

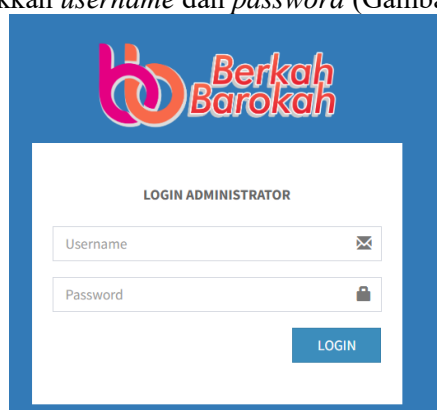
Pada halaman ini calon pembeli, sebelum melakukan *checkout*/pembayaran wajib melakukan login ke aplikasi terlebih dahulu dengan memasukkan *email* dan *password* (Gambar 7).



Gambar 7 Halaman Login Pengguna *Web E-Commerce* IRT Berkah Barokah

6. Halaman Login Admin

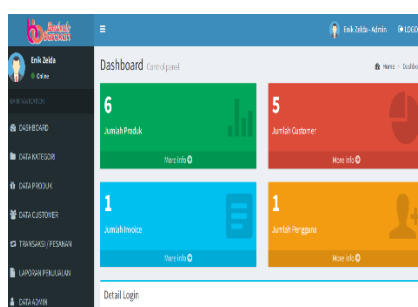
Sebelum masuk ke halaman *dashboard* administrator, admin harus login terlebih dahulu ke dalam sistem dengan memasukkan *username* dan *password* (Gambar 8).



Gambar 8 Halaman Login Admin *Web E-Commerce* IRT Berkah Barokah

7. Halaman Administrator

Halaman ini berisi data IRT Berkah Barokah, nama adminnya, beberapa informasi seperti jumlah produk yang sudah diinputkan di dalam sistem, data jumlah *customer*/pelanggannya, data jumlah pesanan produk, dan akumulasi pendapatan. Di bagian samping terdapat beberapa tombol navigasi seperti dashboard, data kategori, data produk, data customer, transaksi penjualan, laporan penjualan, data admin, ganti *password* admin dan *logout* (Gambar 9).



Gambar 9 Halaman Administrator *Web E-Commerce* IRT Berkah Barokah

Pelatihan Pengelolaan *Web E-Commerce*

Pelatihan dilaksanakan selama 1 hari dengan peserta 10 tenaga kerja dari mitra dengan nara sumber adalah tim pelaksana dan mahasiswa. Materi pelatihan: konfigurasi *web e-commerce*, pengelolaan *web e-commerce* (transaksi, administrasi, promosi), praktik. Pelatihan dilaksanakan dengan metode ceramah dan praktik sehingga mitra lebih jelas dalam memahami materi. Selain itu, pelatihan ini juga membekali peserta dengan keterampilan mengoptimalkan strategi pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan demikian, pelatihan ini mendorong kemandirian peserta, khususnya pelaku usaha, dalam mengembangkan dan mempertahankan eksistensi usahanya di era digital.

Pelatihan terlaksana dengan baik terlihat dari antusiasme peserta dalam menyimak dan memperhatikan materi yang diberikan nara sumber. Pada saat praktek dengan simulasi mengoperasikan *web*, peserta juga terlihat aktif berinteraksi dengan peserta lain dan nara sumber. Pada akhir pelatihan, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pandangannya terhadap *web e-commerce* IRT Berkah Barokah. Peserta juga menyampaikan manfaat yang diperoleh dari pelatihan yaitu meningkatnya pengetahuan tentang *web e-commerce* sebagai media pemasaran serta mengelolanya untuk membantu administrasi usahanya (Gambar 10).



Gambar 10. Pelatihan Pengelolaan *Web E-Commerce* IRT Berkah Barokah

Pendampingan

Pendampingan dilaksanakan oleh Tim Pengabdian terhadap mitra terhadap pengelolaan *web e-commerce*. Hasil dari pendampingan terlihat mitra sudah mempunyai kemandirian dalam mengoperasikan *web e-commerce* untuk pemasaran produknya maupun administrasi penjualannya. Meningkatnya keterampilan pelaku usaha dalam aspek administrasi maka akan mendukung perkembangan usahanya sehingga mencapai keberhasilan (Sutisna et al., 2023).

Selanjutnya untuk meningkatkan kebermanfaatan kegiatan pengabdian maka harus dilakukan diskusi antara mitra dengan Tim pelaksana (Murti et al., 2022). Diskusi yang dilakukan oleh Tim pelaksana dengan pemilik IRT Berkah Barokah yaitu perlu ditambahkan menu penjualan *offline* pada laporan penjualan sehingga pemilik dapat merekap semua penjualan *online* dan *offline* dalam data penjualan.

Adapun untuk menilai keberhasilan suatu kegiatan maka harus dilakukan evaluasi melalui butir-butir penilaian (Nugraha et al., 2023). Evaluasi terhadap kegiatan pengabdian dilakukan oleh Tim dengan mendistribusikan kuisioner kepada pemilik dan peserta pelatihan sebanyak 10 orang. Hasil evaluasi tersaji dalam Tabel 1.

Tabel 1. Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat IRT Keripik Bayam Berkah Barokah Tahun 2024

Butir Penilaian	SS	S	RG	TS	STS
Kegiatan pengabdian telah dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang telah disampaikan sebelumnya.	9 (90%)	1 (10%)	0	0	0
Kegiatan yang dilakukan mencerminkan dan menjawab kebutuhan IRT Keripik Bayam Berkah Barokah secara tepat	8 (80%)	2 (20%)	0	0	0
Waktu pelaksanaan pengabdian cukup untuk membantu usaha IRT Keripik Bayam Berkah Barokah	8 (80%)	2 (20%)	0	0	0
Selama kegiatan berlangsung, Tim Pengabdian bersikap ramah, sopan, dan memberikan bantuan secara aktif	10 (100%)	0 (0%)	0	0	0
Terdapat harapan dari pemilik dan karyawan agar kegiatan pengabdian serupa dapat dilakukan	10	0	0	0	0

kembali oleh Tim di kemudian hari. (100%) (0%)

Berdasarkan Tabel 1, sebanyak 9 orang (90%) menyatakan sangat setuju bahwa kegiatan telah dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang telah disampaikan sebelumnya. Hal ini menunjukkan jika perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pengabdian berjalan sesuai dengan arah yang telah ditetapkan sejak awal. Sebanyak 8 orang (80%) menyatakan sangat setuju dan 2 orang (20%) menyatakan setuju jika kegiatan yang dilaksanakan benar-benar mencerminkan dan mampu menjawab kebutuhan IRT Keripik Bayam Berkah Barokah. Hal ini mencerminkan relevansi program pengabdian terhadap permasalahan yang dihadapi mitra. Sebanyak 8 orang (80%) menyatakan sangat setuju dan 20 orang (20%) menyatakan setuju jika waktu pelaksanaan pengabdian sudah cukup untuk memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha mitra. Hal ini menunjukkan efektivitas pengelolaan waktu oleh Tim pengabdian. Seluruh peserta pelatihan 10 orang (100%) memberikan penilaian sangat setuju jika Tim Pengabdian bersikap, ramah, sopan dan aktif membantu selama kegiatan. Hal ini mencerminkan profesionalitas dan pendekatan humanis yang dilakukan oleh Tim dalam menjalin hubungan dengan mitra. Seluruh peserta pelatihan 10 orang (100%) juga menyatakan sangat setuju bahwa berharap agar kegiatan serupa dapat dilakukan kembali di masa yang akan datang. Ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dapat memberikan manfaat nyata dan memberikan kesan positif.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa secara umum kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim telah dilaksanakan secara efektif, tepat sasaran dan mendapatkan apresiasi positif dari mitra.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan Tim Pengabdian Universitas YPPI Rembang berhasil membantu IRT Keripik Bayam Berkah Barokah dalam mengatasi permasalahan pemasaran konvensional melalui pembuatan dan pelatihan pengelolaan *web e-commerce*. Program ini meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan administrasi penjualan. Evaluasi menunjukkan kegiatan berjalan efektif, sesuai kebutuhan, dan mendapat respons positif dari mitra. Kehadiran *web e-commerce* diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha di era digital.

Untuk keberlanjutan program, harus mengelola *web e-commerce* secara aktif dan aktif mengikuti pelatihan-pelatihan tentang pemasaran digital. Integrasi dan platform lain serta evaluasi penting dilakukan agar pemanfaatan *web* dapat optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terlaksananya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini tidak terlepas dari peran serta beberapa pihak. Untuk itu ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Ditjen Risbang Kemdikristek, Rektor Universitas YPPI Rembang, Ketua LPPM Universitas YPPI Rembang serta IRT Keripik Bayam Berkah Barokah yang telah memberikan bantuan, dukungan dan bekerjasama sehingga kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriati, I. G. A. W., Mahendrayana, I. K. B., Priantara, I. B. T., Pradhana, I. P. D., & Ramadiansyah, S. A. (2025). Upaya peningkatan produktivitas dan pemasaran produk kripik bayam melalui pemasaran online. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(8).
- Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan dan pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran produk UMKM di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingskat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing pada platform e-commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Kusumawati, Tri Ika Jaya, Dinda Triana, and R. S. (2024). PKM pembuatan web E-Commerce dengan CMS wordpress untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah kota Tangerang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1812–1818. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/24123>

- Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2022). Peningkatan digitalisasi pariwisata di wilayah Desa Purwoharjo, Kulon Progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(1), 14–19. <https://doi.org/10.24002/jai.v2i1.5395>
- Nugraha, B., Elshifa, A., Muafiq, F., Ulum, M. K., & Jazilati, F. (2023). Community Empowerment : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat. *Pelatihan Inventory management and selling system (IMASS) dalam meningkatkan analisis penjualan di UMKM Kota Pekalongan*, 1(1), 1–6.
- Pelipa, E. D., & Marganingsih, A. (2020). Pelatihan e-commerce untuk usaha mikro kecil menengah di Kota Sintang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 3(2), 94–105. <https://doi.org/10.31932/jpmk.v3i2.900>
- Puspita, D., Masdalipa, R., & Asminah, A. (2023). Pelatihan pengenalan e-commerce bagi pelaku UMKM di Desa Bandar Aji Kabupaten Lahat. *Fordicate*, 2(2), 119–124. <https://doi.org/10.35957/fordicate.v2i2.4808>
- Roosdhani, M. R., Ali, A., & Sholahuddin, M. (2023). Pemberdayaan dan pendampingan e-commerce UMKM Desa Kriyan Kecamatan Kalinyamatan Kabupaten Jepara. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 5(2), 91–96. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v5i2.4649>
- Sutisna, Jannah, M., Hakim, L., & Nurkholif, P. P. (2023). Implementasi aplikasi administrasi paguyuban UMKM Taman Harapan Baru (THB) Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(2), 356–363. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i2.211>
- Ula, M., Yurni, I., Ita Erliana, C., & Asria Nanda, S. (2023). Pemanfaatan aplikasi web commerce (mutammimul dkk. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 2(2), 435–442.