

Pelatihan *E-Commerce* Menggunakan Sistem Informasi SIKOSAN Untuk Meningkatkan Pendapatan Para Penyedia Kos di Kelurahan Kandang Limun Kota Bengkulu

Andang Wijanarko^{1*}, Aan Erlanshari², Helmizar³

^{1,2,3}Universitas Bengkulu, Indonesia

e-mail: ^{1*}andang@unib.ac.id, ²aan_erlanshari@unib.ac.id, ³helmizar@unib.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong kegiatan bisnis dan ekonomi untuk mempercepat operasinya. Mulai dari proses produksi, promosi, hingga proses penjualan. Perkembangan tersebut hendaknya dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku bisnis sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan atau *income*. Masalah utama yang dihadapi oleh mitra kegiatan pengabdian di sekitar Universitas Bengkulu yang pertama adalah mitra belum mengerti penggunaan platform *e-commerce* yang tersedia di Internet. Kedua, proses promosi dilakukan dengan cara konvensional, yaitu dengan menunggu calon pelanggan datang ke lokasi. Agar permasalahan tersebut dapat teratasi, maka tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan dengan menggunakan platform *e-commerce* bernama SIKOSAN bagi mitra atau dalam hal ini adalah pemilik kos untuk mempromosikan rumah indekosnya secara luas. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pembuatan aplikasi SIKOSAN, pelatihan dan pendampingan bagi mitra, serta evaluasi kegiatan pelatihan. Hasil dari kegiatan ini yang pertama adalah aplikasi SIKOSAN berhasil dibuat dan dapat diakses melalui *website* www.sikosan.com. Selanjutnya, tim pengabdian mendatangi mitra dari rumah kerumah untuk melatih dan mendampingi mereka dalam menggunakan *platform e-commerce* yang dibangun. Hasil evaluasi penggunaan *platform e-commerce* yang dilakukan dengan metode wawancara dan observasi kepada mitra, mendapatkan nilai sebesar 82% dan masuk dalam kategori sangat setuju. Secara umum mitra pengabdian menilai bahwa aplikasi yang dibangun mudah dimengerti dan dipahami sebagai alat pemasaran indekos, dan dapat menjadi peluang untuk meningkatkan pendapatan mitra.

Kata Kunci: *e-commerce*, SIKOSAN, kos.

Abstract

The development of information technology and communication encourages business and economic activity to accelerate their operations. It begins with the production, promotion process, and selling process. Those development should be implemented by the business man as an effort to increase the income. The main problem faced by landlords around Universitas Bengkulu are the landlord has not understood to use an e-commerce platform that is available on the Internet. Secondly, promoting process has been done a conventional way, which is by waiting for the customers to come to the location. In order for these problems can be solved,



then the goal of this community service is to give training and mentoring using an e-commerce platform named SIKOSAN for the landlord to promote its rent house widely. The method used for this community service is making SIKOSAN application, training and mentoring for the landlord, and evaluate training and mentoring activities. The initial outcome of this work is that the SIKOSAN application was successfully developed and is now available on the website www.sikosan.com. Furthermore, the partner service team visits homes to train and help residents in using the newly created e-commerce platform. The findings of the evaluation of the use of the e-commerce platform, which was conducted by interviewing and observing partners, received an 82% and were classified as strongly agree. In general, service partners believe that the application developed is simple to comprehend and use as an index marketing tool, and that it can provide an opportunity to boost their income.

Keywords: *e-commerce, SIKOSAN, boarding house.*

Pendahuluan

Kota Bengkulu merupakan salah satu kota besar sekaligus menjadi ibu kota dari Provinsi Bengkulu. Kota Bengkulu juga dikenal sebagai kota pendidikan dan kota pelajar dikarenakan banyak fasilitas pendidikan yang menunjang di Kota Bengkulu. Oleh karena itu, banyak pelajar dari berbagai daerah yang datang dan merantau untuk melanjutkan pendidikan di Kota Bengkulu. Salah satu fasilitas pendidikan yang terkenal di Kota Bengkulu adalah Universitas Bengkulu (UNIB). Berdasarkan sumber-sumber perangkaan perguruan tinggi mulai dari skala lokal, nasional dan internasional, Universitas Bengkulu selalu menjadi perguruan tinggi pertama di Kota Bengkulu. Jadi layak apabila banyak calon mahasiswa dari berbagai daerah di provinsi Bengkulu bahkan diluar provinsi Bengkulu yang menjadikan Universitas Bengkulu sebagai destinasi pendidikannya. Melihat peluang tersebut, warga masyarakat disekitar kampus Universitas Bengkulu banyak yang menyediakan fasilitas penunjang bagi pelajar seperti indekos, rumah makan, percetakan, fotokopi, dan beberapa UMKM lainnya. Peluang tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat di sekitar Universitas Bengkulu sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan atau *income*.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis dan tim pengabdian kepada masyarakat, terlihat bahwa sebagian besar warga masyarakat yang tinggal disekitar kampus Universitas Bengkulu khususnya di kelurahan Kandang Limun memiliki indekos untuk disewakan kepada mahasiswa Universitas Bengkulu. Terdapat banyak jenis spesifikasi indekos dengan harga bervariasi yang tersedia untuk disewakan kepada mahasiswa. Sehingga mahasiswa bebas memilih dan menentukan indekos yang akan ditempati sesuai dengan kemampuan masing-masing mahasiswa. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat menjadi sebuah peluang untuk dimanfaatkan oleh pemilik indekos dalam rangka memasarkan indekosnya (Mellinda & Hasanah, 2021). Produk teknologi informasi dan komunikasi khususnya internet dapat menciptakan peluang bisnis yang tidak lagi mementingkan jarak dan waktu (Vahlia & Lelawati, 2019). Aktivitas dan proses bisnis mulai dari produksi sampai ke pemasaran menjadi lebih mudah dilakukan dengan adanya internet

(Susanti, 2020). Dalam konteks para pencari indekos, mereka dapat dengan mudah mencari, melihat, *me-review*, dan memutuskan indekos yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan yang dimilikinya. Sebaliknya, para pemilik indekos juga dapat dengan mudah memasarkan indekosnya kepada khalayak melalui pemanfaatan internet (Ryan, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis dan tim pengabdian kepada warga masyarakat disekitar kampus Universitas Bengkulu kelurahan Kandang Limun ditemukan kondisi sebagai berikut:

1. Mayoritas metode pemasaran indekos yang dilakukan oleh pemilik indekos disekitar kampus Universitas Bengkulu masih menggunakan cara-cara konvensional. Seperti dari mulut ke mulut, dan memasang papan reklame atau iklan didepan indekos yang mereka miliki.
2. Mayoritas para pemilik indekos disekitar kampus Universitas Bengkulu merupakan generasi *baby boomers*. Sehingga kesulitan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Nuriana et al., 2019). Khususnya dalam konteks pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran indekos yang mereka miliki.
3. Hanya beberapa pemilik indekos disekitar kampus Universitas Bengkulu yang merupakan generasi X dan Y (Suci et al., 2018) saja yang sudah menggunakan media sosial untuk memasarkan indekos yang mereka miliki.

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan oleh penulis dan tim pengabdian kepada masyarakat, menunjukkan bahwa pemberian edukasi dan informasi mengenai cara pemasaran indekos dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi merupakan hal yang sangat urgen dan dibutuhkan oleh mitra. Dengan diberikannya edukasi dan informasi diharapkan para pemilik kos dapat meningkatkan pendapatan dari bisnisnya. Selain itu juga dapat memfasilitasi para pencari indekos untuk mengetahui informasi mengenai spesifikasi rumah indekos yang mereka inginkan kapanpun dan dimanapun mereka sedang berada.

Beberapa kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan adanya upaya kepada mitra pengabdian untuk meningkatkan kemampuan dari mitra dalam menggunakan teknologi informasi sebagai alat untuk melakukan pemasaran produk. Kegiatan pengabdian dengan judul “Workshop Peningkatan Kemampuan Karyawan UMKM Dalam Marketing Digital Pada *Laundry Eve*” menunjukkan terdapat peningkatan pengetahuan dari karyawan laundry tentang marketing digital sehingga dapat menambah peluang dan jangkauan dari layanan jasa *laundry*. Selain itu kegiatan tersebut juga menghasilkan adanya peningkatan skill dari karyawan yang dapat membuat konten untuk meng-update insragram bisnis secara mandiri (Pujastuti, 2021). Kegiatan pengabdian selanjutnya dengan judul “Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko Online, dan Pengenalan *M-Commerce* pada Produk Unggulan Jagung Tortila di Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro” menunjukkan hasil yang cukup positif dimana tim pengabdian kepada masyarakat dapat membantu para penggerak UMKM dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan hidup (Endriastuti & Permatasari, 2018).

Metode

Metode pelaksanaan Pelatihan *E-commerce* Menggunakan Sistem Informasi SIKOSAN Untuk Meningkatkan Pendapatan Para Penyedia Kos Di Kelurahan Kandang Limun Kota Bengkulu dilakukan berdasarkan Gambar 1.



Gambar.1 Metode pelaksanaan kegiatan

1. Tahap Persiapan

Tahapan pertama dalam kegiatan ini adalah dengan membuat *platform* sistem informasi pemasaran indekos berbasis website. Kegiatan pembuatan *platform* sistem informasi pemasaran indekos berbasis website dilakukan dengan mengimplementasikan SDLC (Irawan, 2019), melalui beberapa tahapan berikut:

- Analisis
- Desain
- Pengembangan
- Testing*
- Implementasi

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan kedua dari kegiatan ini adalah melakukan pelatihan penggunaan *platform* sistem informasi pemasaran indekos berbasis website kepada mitra pengabdian. Pelatihan dilakukan secara *door to door* agar pemahaman mitra dapat meningkat dengan maksimal (Hayati & Utami, 2019), penulis dan tim pengabdian berkunjung ke rumah-rumah para pemilik indekos. Mitra diberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan *platform* sistem informasi pemasaran indekos.

3. Tahap Evaluasi

Tahapan terakhir dari kegiatan ini adalah evaluasi dari tahapan sebelumnya dengan melakukan monitoring dan evaluasi kepada mitra untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mitra dalam menggunakan *platform* sistem informasi pemasaran indekos dan mengetahui masalah apa saja yang muncul saat mitra menggunakan *platform* sistem informasi pemasaran indekos.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan 1. Pembuatan *platform* sistem informasi pemasaran indekos berbasis website.

1. Analisis

Kegiatan pertama yang dilakukan pada fase awal pembuatan *platform* sistem informasi pemasaran indekos berbasis website adalah analisis. Fase analisis merupakan fase dimana para pembuat sistem mencari dan menemukan kebutuhan awal dari sistem yang akan dikembangkan (Aprini, 2019). Tabel 1 menunjukkan analisis sistem informasi yang diusulkan.

Tabel 1. Analisis kebutuhan sistem informasi indekos (SIKOSAN)

No	<i>Requirement (Kebutuhan Sistem)</i>
Pegguna Pemilik Indekos	
1	Sistem dapat memfasilitasi user untuk membuat akun pemilik kos
2	Sistem dapat memfasilitasi user untuk melakukan <i>login</i> menggunakan akun pemilik kos
3	Sistem dapat memfasilitasi user untuk mengganti informasi akun (<i>username</i> dan <i>password</i>) pemilik kos
4	Sistem dapat memfasilitasi user untuk membuat halaman informasi indekos
5	Sistem dapat memfasilitasi user untuk mengubah halaman informasi indekos
6	Sistem dapat memfasilitasi user untuk menghapus halaman informasi indekos
Pegguna Umum	
1	Sistem dapat menampilkan halaman utama dengan jelas sesaat setelah user mengunjungi alamat www.sikosan.com
2	Sistem dapat menampilkan detail halaman utama indekos berupa menu utama, <i>slider</i> , katalog indekos, dan <i>footer</i> .
3	Sistem dapat menampilkan informasi indekos dengan detail, mulai dari harga, alamat, google maps, galeri foto, dan kontak.
4	Sistem dapat diakses menggunakan jenis device apapun (<i>laptop</i> , <i>desktop</i> , <i>smartphone</i> , dan <i>tablet</i>)

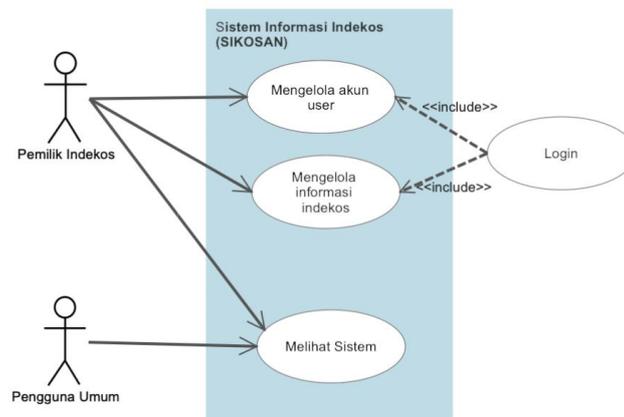
2. Desain

Kegiatan kedua yang dilakukan dalam proses pembuatan *platform* sistem informasi pemasaran indekos berbasis website adalah desain. Tahap ini menerjemahkan kebutuhan perangkat lunak dari tahap sebelumnya ke representasi desain supaya bisa diaplikasikan menjadi program ditahap selanjutnya (Nuraeni & Astuti, 2019). Desain aplikasi secara umum dapat dilihat melalui Gambar 2.

3. Pengembangan

Kegiatan ketiga dalam proses pembuatan *platform* sistem informasi pemasaran indekos berbasis website adalah pengembangan. Produk desain pada fase sebelumnya diterjemahkan oleh *programmer* untuk dibuat perangkat lunaknya menggunakan aplikasi *Visual Code Studio* dan XAMPP. Bahasa pemrograman yang digunakan dalam mengembangkan sistem ini adalah HTML, CSS,

JavaScript, PHP dan menggunakan *framework* Laravel (Cahyono et al., 2020). Sedangkan untuk database menggunakan MySQL.



Gambar 2. Use case diagram Sistem Informasi Indekos

4. Testing

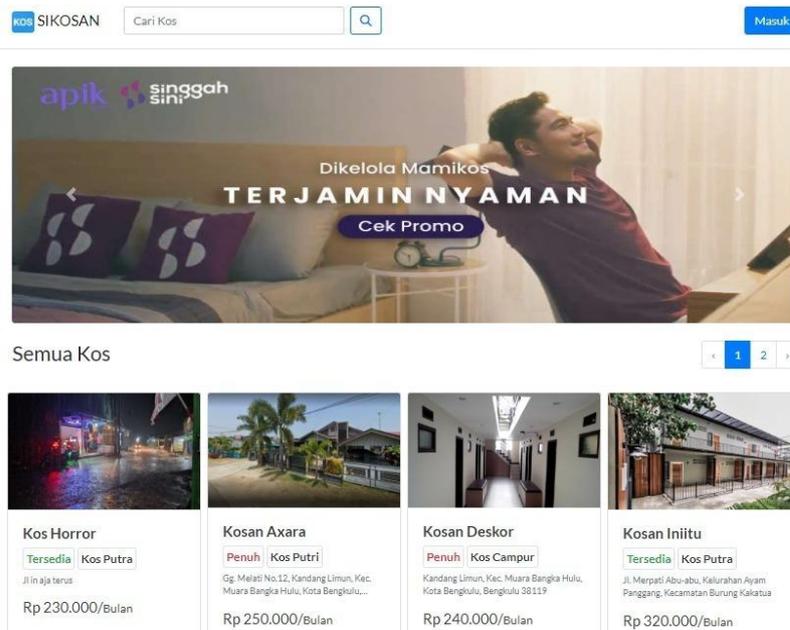
Selanjutnya, sistem yang telah berhasil dibuat diuji-cobakan secara internal oleh penulis dan tim pengabdian. Sistem diuji-cobakan untuk mengetahui apakah terdapat *error*, *bugs*, ataupun hal-hal fungsionalitas yang tidak sesuai dengan rancangan pada fase sebelumnya (Yuliadi et al., 2022). Tabel 2 menunjukkan uji coba menggunakan metode *black-box testing* yang telah dilakukan terhadap sistem informasi indekos.

Tabel 2. Hasil pengujian sistem informasi indekos (SIKOSAN)

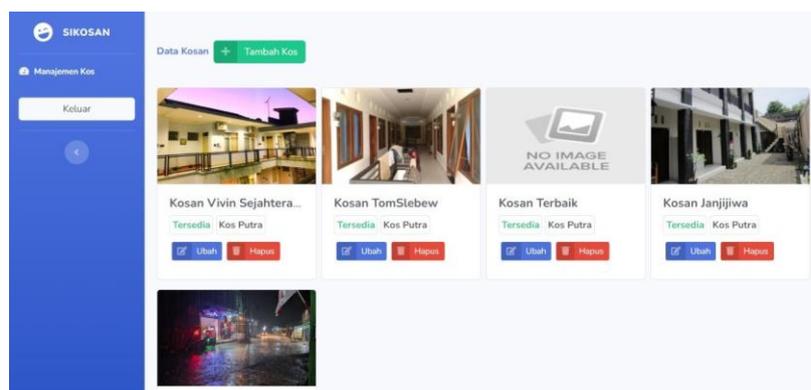
No	Skenario tes	Hasil yang diharapkan	Hasil faktual	Hasil
1	Pemilik kos mengetikkan alamat sikosan.com di browser google chrome kemudian menekan tombol enter	Muncul halaman utama Sistem Informasi Indekos	Muncul halaman utama Sistem Informasi Indekos	Berhasil
2	Pemilik kos menekan tombol masuk pada halaman utama website dan memasukkan username dan password yang "salah"	Muncul notifikasi "Username atau Password Anda Salah"	Muncul notifikasi "Username atau Password Anda Salah"	Berhasil
3	Pengguna umum mengakses sikosan.com menggunakan <i>smartphone</i> android dan IOS	Muncul halaman utama Sistem Informasi Indekos	Muncul halaman utama Sistem Informasi Indekos	Berhasil

5. Implementasi

Setelah sistem diujicobakan dan dinyatakan layak untuk digunakan, fase selanjutnya adalah implementasi. Fase ini dilakukan dengan cara mengunggah sistem informasi yang dikembangkan ke *hosting/server* sehingga dapat diakses oleh pengguna dengan menggunakan *platform* tertentu (Susandi et al., 2022). Sistem berhasil diunggah dan dapat diakses dengan alamat www.sikosan.com seperti pada Gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar.3 Halaman *homepage* SIKOSAN



Gambar.4 Halaman manajemen SIKOSAN

Kegiatan 2. Pelatihan penggunaan *platform* sistem informasi pemasaran indekos berbasis website kepada mitra pengabdian.

Pelatihan penggunaan *platform* sistem informasi pemasaran indekos berbasis website kepada mitra pengabdian dilakukan secara *door to door*. Penulis dan tim pengabdian kepada masyarakat mendatangi satu per satu rumah pemilik indekos. Setelah itu tim pengabdian memberikan pendampingan dan pelatihan kepada para pemilik kos

dalam menggunakan sistem informasi indekos (SIKOSAN) yang ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Dokumentasi pelatihan penggunaan sistem informasi pemasaran

Kegiatan 3. Evaluasi penggunaan platform sistem informasi pemasaran indekos berbasis website.

Setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan selesai, tahapan terakhir dari kegiatan ini adalah evaluasi. Evaluasi yang dilakukan berfokus pada sistem yang dibuat dengan melihat kinerja sistem apakah mudah dimengerti dan dapat digunakan serta dipahami penggunaannya. Evaluasi penggunaan *platform e-commerce* dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan observasi. Sampel yang dipakai dalam evaluasi ini berjumlah dua puluh sampel pengguna atau mitra pengabdian yang diambil secara acak oleh tim pengabdian. Sebelum wawancara dilakukan, disiapkan sebuah kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. Kuesioner bersifat tertutup dimana alternatif jawaban telah disediakan oleh tim pengabdian sesuai dengan Tabel 3.

Tabel 3. Interpretasi Skala Likert (Wardhono et al., 2018)

Skala Likert	Intepretasi skor dengan interval = 20	Pilihan
1	0% - 19,9%	Sangat Tidak Setuju
2	20% - 39,9%	Tidak Setuju
3	40% - 59,9%	Netral
4	60% - 79,9%	Setuju
5	80% - 100%	Sangat Setuju

Adapun hasil wawancara kepada mitra pengabdian mengenai evaluasi penggunaan *platform e-commerce* dapat dilihat melalui Tabel 4.

Tabel 4. Hasil wawancara

No	Aspek Penilaian	Persentase (%)
1	Aplikasi mudah digunakan dan dioperasikan	87%
2	Aplikasi mudah dipelajari baik menggunakan <i>laptop</i> atau <i>smartphone</i>	75%
3	Aplikasi menggunakan bahasa-bahasa dan petunjuk yang mudah dipahami	78%
4	Aplikasi sangat memudahkan untuk melakukan pemasaran indekos	87%
5	Proses atau langkah-langkah penggunaan aplikasi untuk manajemen pemasaran indekos mudah diingat	81%

Berdasarkan Tabel 4 didapatkan nilai interpretasi persen dari setiap pernyataan yang diajukan kepada dua puluh mitra pengabdian atau responden. Nilai interpretasi persentase tersebut lalu dirata-ratakan untuk menentukan tingkat penerimaan responden terhadap aplikasi yang telah dibuat. Adapun rata-rata hasil wawancara mendapatkan nilai sebesar 82% dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori lima yang berarti sangat setuju.

Selama tahap evaluasi, tim pengabdian juga mendampingi mitra pengabdian ketika menggunakan sistem. Terdapat beberapa temuan penting pada saat observasi dilakukan diantaranya *platform* SIKOSAN kurang *responsive* apabila diakses melalui *smartphone*, sehingga tampilannya terkesan kurang rapi. Selain itu, sebagian dari mitra pengabdian kurang mengerti penggunaan teknologi informasi dikarenakan berasal dari generasi *baby boomers*. Mereka harus didampingi oleh tim pengabdian ketika mencoba dan menggunakan sistem yang dibangun.

Simpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan dari kegiatan Pelatihan *E-commerce* Menggunakan Sistem Informasi SIKOSAN Untuk Meningkatkan Pendapatan Para Penyedia Kos Di Kelurahan Kandang Limun Kota Bengkulu yaitu pembuatan sistem informasi pemasaran indekos telah berhasil dibuat melalui proses analisis, desain, pengembangan, testing, dan implementasi. Sistem informasi pemasaran indekos dapat diakses secara luas oleh masyarakat dengan mengunjungi alamat www.sikosan.com. Kegiatan pelatihan penggunaan sistem informasi pemasaran indekos berhasil dilakukan kepada para pemilik indekos disekitar Universitas Bengkulu khususnya kelurahan Kandang Limun. Secara umum para pemilik indekos antusias terhadap pelatihan yang dilakukan. Dan Sebagian dari pemiliki indekos dapat menggunakan dengan sangat baik sistem informasi indekos (SIKOSAN) sebagai alat pemasaran indekos.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, penulis menyarankan hendaknya program-program seperti ini bisa dilaksanakan secara reguler dan berkala. Alasannya

selain dapat menggunakan menyebarkan ipteks, kegiatan serupa dapat membantu masyarakat memahami bagaimana pentingnya pemanfaatan teknologi di abad 21. Selain itu kegiatan serupa juga diharapkan mampu meningkatkan pendapatan khususnya bagi masyarakat yang memiliki bisnis atau UMKM.

Daftar Pustaka

- Aprini, Nisma. (2019). Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Hasil Pertanian Berbasis Web di Kota Pagar Alam. *Jurnal Informatika Lembah Dempo*, 7(2). <https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/AMIK-JI/article/view/15/8>
- Cahyono, N., Muljono, S., Gunadi, D., Agus, & Nugroho, C. (2020). Rancang Bangun Website Pemesanan Makanan Kedai *Twins* Menggunakan Laravel Php *Framework*. In *Jurnal Praxis* | (Vol. 3, Issue 1).
- Endriastuti, A., & Permatasari, M. P. (2018). Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko Online, dan Pengenalan M-Commerce Pada Produk Unggulan Jagung Tortiladi Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 56-66. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/446>
- Hayati, I., & Utami, C. (2019). Penguatan Manajemen Keuangan Syariah Bagi UMKM dengan Menggunakan Metode *Door To Door* di Desa Kotasan. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3(2), 180-191. <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2>
- Irawan, Y. (2019). Aplikasi *E-commerce* Untuk Pemasaran Kerajinan Tangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Riau Menggunakan Teknik *Dropshipping*. *Jurnal Ilmiah Core IT*, 7(1).
- Mellinda, I. Dita., & Hasanah, S. R. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Koseeker Dalam Upaya Menarik Minat Penyewa Pada Masa Pandemi Covid-19. *E-Proceeding of Management*, 6729-6736.
- Nuraeni, N., & Astuti, P. (2019). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan *Online (E-commerce)* Pada Toko Batik Pekalongan Dengan Metode *Waterfall*. *Jurnal Teknik Komputer*, 5(2), 59-64. <https://doi.org/10.31294/jtk.v4i2>
- Nuriana, Dodi., Rizkiyah, Iin., Efendi, Lukman., Wibowo, Herry., & Raharjo, S. Tri. (2019). Generasi *Baby Boomers* (Lanjut Usia) Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 32-46. <http://journal.unpad.ac.id/focus/article/view/23117/11303>
- Pujastuti, E. (2021). Workshop Peningkatan Kemampuan Karyawan UMKM Dalam Marketing Digital Pada *Laundry Eve*. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 138-143. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semhasabdimas/article/view/2705>

- Ryan, D. (2020). *Understanding Digital Marketing: A Complete Guide To Engaging Customers And Implementing Successful Digital Campaigns*. Kogan Page Publishers.
- Suci, R. R. N., Maik, J. D., & Y, D. A. (2018). Kemajuan Teknologi Informasi Berdampak Pada Generalisasi Unsur Sosial Budaya Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Mozaik*, 10(2), 61-71.
- Susandi, D., Karyaningsih, D., Revi, T., Fajrin, A., & Hadi, I. (2022). Rancang Bangun E-commerce Produk Pertanian dan Perikanan Berbasis Android. *Sistem Informasi Dan Komputer*, 11(3), 387-393. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i3.1486>
- Susanti, Elisa. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36-50. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Vahlia, Ira., & Lelawati, Nina. (2019). Pelatihan *E-Commerce* dan Manajemen Keuangan Sebagai Langkah Meningkatkan Pendapatan Pada Keripik Pisang Arjuna. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(4), 509-518. <http://hilirisasi.lppm.unand.ac.id/index.php/hilirisasi/article/view/311/139>
- Wardhono, W. S., Marji, M., & Kusuma, L. P. (2018). Evaluasi *User Acceptance Augmented Reality Triage Mobile* Pada Sistem Kedaruratan Medis. *Prosiding Sentra (Seminar Teknologi Dan Rekayasa)*, 0(1), 2015. <http://research-report.umm.ac.id/index.php/sentra/article/view/2115>
- Yuliadi, Taufan, A. Z. M., Rodianto, & Tazayyun, M. (2022). Rancang Bangun Galeri UMKM Britama Berbasis E-commerce. *Jurikom (Jurnal Riset Komputer)*, 9(3), 715-725.