



Pendampingan Pembuatan *E-Commerce* untuk Memfasilitasi Produk Komoditi Pertanian di Desa Setiris

Riri Oktari Ulma^{1*}, Yusma Damayanti², Dewi Sri Nurchaini³, Yanuar Fitri⁴, Yulismi⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jambi, Indonesia

*Corresponding author: riri.oktari@unja.ac.id

Received 21-09-2024

Revised 04-10-2024

Published 01-12-2024

ABSTRAK

Proyek pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan platform e-commerce *Setiris Farmers Market Place* guna meningkatkan pemasaran produk pertanian di Desa Setiris, Kecamatan Maro Sebo, Kabupaten Muaro Jambi. Permasalahan utama yang dihadapi mitra, yakni para petani, meliputi keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, serta minimnya pemahaman tentang strategi pemasaran berbasis teknologi, yang menghambat potensi pertumbuhan ekonomi lokal. Metode ini mencakup sosialisasi, pelatihan penggunaan situs web, pemasaran digital, serta dukungan berkelanjutan dalam optimalisasi teknologi. Hasilnya menunjukkan peningkatan literasi digital petani, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan penjualan serta pendapatan. Proyek ini juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dengan memperkenalkan teknologi yang relevan dan mudah diakses. Kesuksesan proyek ini memberikan wawasan tentang integrasi teknologi dalam sektor pertanian, membuka peluang akses pasar yang lebih luas, dan meningkatkan kesejahteraan petani.

Kata kunci: *E-Commerce*; Pemasaran Pertanian; Literasi Digital; Pengembangan Masyarakat; Desa Setiris.

ABSTRACT

This community service project aims to develop the *Setiris Farmers Market Place e-commerce platform* to enhance agricultural product marketing in Setiris Village, Maro Sebo District, Muaro Jambi Regency. The main issues faced by the partners, namely the farmers, include limited market access, low digital literacy, and a lack of understanding of technology-based marketing strategies, which hinder local economic growth potential. The methods implemented include concept socialization, website usage training, digital marketing, and continuous support in optimizing technology. The results show improved digital literacy among farmers, expanded market reach, and increased sales and income. This project also contributes to local economic development by introducing relevant and accessible technologies. The project's success provides valuable insights into the integration of technology in the agricultural sector, creating opportunities for broader market access and improving farmers' welfare.

Keywords: *E-Commerce*; Agricultural Marketing; Digital Literacy; Community Development; Setiris Village.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memainkan peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam menyediakan lapangan kerja, sumber pangan, dan penyumbang utama devisa negara di luar sektor minyak dan gas (Evasari *et al.*, 2019). Desa Setiris, yang terletak di Kecamatan Maro Sebo, Kabupaten Muaro Jambi,



merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar di sektor pertanian. Komoditi utama desa ini mencakup padi sawah, kelapa sawit, karet, dan kelapa, dengan mayoritas penduduk bekerja sebagai petani. Namun, meskipun potensi lahan pertanian dan komoditi yang dihasilkan cukup besar, petani di Desa Setiris masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran hasil pertanian, terutama dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan pendapatan mereka (Hidayati, 2022).

Era society 5.0, merupakan suatu era penggunaan teknologi digital yang dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah ini. *Society 5.0* mengintegrasikan teknologi canggih ke dalam berbagai aspek kehidupan, dengan tujuan untuk menjawab tantangan sosial dan menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Sifa & Ramadhani, 2021). Salah satu cara untuk memberdayakan sektor pertanian adalah melalui pemanfaatan platform *e-commerce* yang dapat memperluas akses pasar bagi para petani. Dalam konteks Desa Setiris, pembuatan platform *e-commerce* khusus untuk memasarkan produk pertanian lokal menjadi sangat relevan. Platform ini, yang diberi nama *Setiris Farmers Market Place*, dirancang sebagai sebuah website yang akan menjadi wadah bagi petani untuk memasarkan hasil komoditi mereka secara langsung kepada konsumen, baik di dalam maupun luar desa (Sifa & Ramadhani, 2021).

Setiris Farmers Market Place akan memungkinkan petani untuk menjual komoditi unggulan mereka seperti padi sawah, kelapa sawit, karet, dan kelapa dengan lebih mudah dan efisien (Edison & Kurnianingsih, 2021). Melalui website ini, petani dapat memperkenalkan produk mereka, menjelaskan proses produksi yang ramah lingkungan, serta menampilkan harga dan kualitas yang kompetitif. Selain itu, platform ini memberikan akses kepada konsumen untuk berbelanja secara online, memesan produk, dan mendapatkan pengiriman langsung dari petani. Hal ini tidak hanya membuka peluang pasar yang lebih luas, tetapi juga mendukung praktik perdagangan yang adil dan transparan, di mana petani dapat menentukan harga yang sesuai dengan kualitas dan usaha yang mereka keluarkan. (Imamatus Sholihah, 2021)

Pendampingan dalam pembuatan *Setiris Farmers Market Place* melibatkan pelatihan kepada para petani mengenai penggunaan teknologi, pengelolaan toko online, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan adanya platform ini, diharapkan para petani dapat lebih mandiri dalam mengelola pemasaran hasil pertanian mereka, mengurangi ketergantungan pada perantara, dan meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan (Bashir et al., 2020). Selain itu, platform ini juga diharapkan dapat mendorong perkembangan ekonomi lokal Desa Setiris dan menjadi model bagi desa-desa lain di wilayah sekitar dalam memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan potensi pertanian. (Pelipa & Marganingsih, 2020)

Melalui *Setiris Farmers MarketPlace*, Desa Setiris dapat menjadi pelopor dalam penerapan teknologi digital untuk pertanian di Kabupaten Muaro Jambi, menciptakan ekosistem pertanian yang lebih modern, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat setempat. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan petani dalam meningkatkan pemasaran hasil pertanian melalui pemanfaatan teknologi digital, sehingga dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan pendapatan mereka secara mandiri.

METODE PELAKSANAAN

Proses pelaksanaan metode ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak pelatihan digital berbasis website terhadap akses pasar hasil pertanian, khususnya padi sawah di Desa Setiris (Pelipa & Marganingsih, 2020). Metode kuantitatif dilakukan melalui survei dan wawancara dengan anggota kelompok tani Tanjung Harapan. Hasil survei menunjukkan bahwa dari 23 responden, hanya 2 orang yang memiliki pemahaman memadai tentang penggunaan teknologi pemasaran, sedangkan 21 orang lainnya (sekitar 91%) menyatakan memiliki pengetahuan terbatas atau bahkan tidak tahu sama sekali mengenai teknologi tersebut. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan literasi digital di kalangan petani agar mereka dapat memanfaatkan teknologi secara optimal dalam mengakses pasar yang lebih luas. (Suranto *et al.*, 2022)



Gambar 1. Alur Kegiatan
Sumber: Olah Data Penulis (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persiapan dan Sosialisasi

Sebagai bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pelatihan dimulai pada tanggal 27 November 2023, dihadiri oleh 45 peserta yang terdiri dari petani

Tanjong Harapan dan masyarakat Desa Setiris. Kegiatan ini mencakup sosialisasi mengenai usulan program serta pengenalan awal tentang penggunaan website (Hastono *et al.*, 2022).

Proses ini terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. Pengelompokan Sosialisasi untuk Kelompok Tani, Masyarakat, dan Perangkat Desa.

Sosialisasi dibedakan berdasarkan kebutuhan setiap kelompok. Kelompok tani menerima informasi rinci terkait manfaat serta teknis pelatihan, masyarakat umum diberi pemahaman untuk mendukung program, sementara perangkat desa dilibatkan untuk memberikan dukungan administratif dan logistik.



Gambar 2. Memperoleh izin dari pemerintah Desa Setiris

Sumber: Olah Data Penulis (2024)

- b. Persiapan Undangan dan Lokasi Pelatihan

Undangan resmi disusun dengan mencantumkan tujuan, jadwal, lokasi, dan manfaat pelatihan. Himbauan disampaikan melalui papan pengumuman, media sosial, dan tempat-tempat strategis. Lokasi kegiatan dipilih untuk memastikan kemudahan akses, dengan fasilitas yang memadai seperti ruang yang cukup, peralatan IT, dan koneksi internet stabil.



Gambar 3. Proses Pengumpulan Responden

Sumber: Olah Data Penulis (2024)

- c. Sosialisasi Tentang Pemasaran Digital Berbasis Website Gratis

Petani diperkenalkan pada konsep pemasaran digital, keunggulan menggunakan website, dan platform gratis yang bisa digunakan. Pelatihan

mencakup panduan praktis untuk membuat dan mengelola konten, serta teknik dasar SEO untuk meningkatkan visibilitas website.



Gambar 4. Kegiatan sosialisasi awal dan interaksi

Sumber: Olah Data Penulis (2024)

d. Interaksi dengan Petani Tanjung Harapan

Diskusi kelompok dan sesi tanya jawab diadakan untuk memastikan pemahaman petani. Pendampingan individual atau kelompok kecil disediakan bagi petani yang memerlukan bantuan lebih lanjut. Umpan balik dikumpulkan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan penyuluhan berkelanjutan disediakan sebagai dukungan tambahan.

2. Pelatihan

Pelatihan merupakan komponen krusial dalam pengembangan kompetensi masyarakat, terutama dalam konteks pengenalan dan penggunaan teknologi baru seperti *e-commerce* (Irawan *et al.*, 2020). Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan jangka pendek dan mempersiapkan individu untuk mengambil tanggung jawab yang lebih besar di masa depan. Dalam kasus pelatihan pembuatan dan penggunaan website untuk memasarkan produk pertanian di Desa Setiris, pelatihan ini menjadi tindak lanjut dari sosialisasi yang telah dilakukan sebelumnya. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah agar masyarakat, terutama petani, dapat memahami dan menguasai cara mengakses serta memanfaatkan website yang telah disediakan untuk meningkatkan pemasaran produk mereka. (Evasari *et al.*, 2019)

Tahapan Pelatihan Website

1. Persiapan dan Perencanaan

- a) Analisis Kebutuhan: Tahapan awal melibatkan analisis kebutuhan untuk memastikan pelatihan sesuai dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta. Hal ini dilakukan dengan mengidentifikasi latar belakang peserta, baik usia, pengalaman dengan teknologi, dan tujuan mereka dalam menggunakan website.
- b) Materi Pelatihan: Materi pelatihan disusun secara rinci untuk mencakup semua aspek penting dari penggunaan website, termasuk pengenalan dasar tentang apa itu website dan bagaimana ia dapat digunakan untuk pemasaran.

2. Pelaksanaan Pelatihan

- a) **Pengenalan Aplikasi:** Pelatihan dimulai dengan pengenalan dasar tentang aplikasi website. Ini meliputi bagaimana cara mengakses website, fitur-fitur yang tersedia, dan navigasi dasar. Penjelasan ini diberikan dengan bahasa yang sederhana dan contoh konkret untuk memudahkan pemahaman.
- b) **Cara Menggunakan Aplikasi:** Selanjutnya, peserta dilatih tentang cara menggunakan aplikasi website secara efektif. Ini mencakup pembuatan akun, pengaturan profil, dan penggunaan alat yang ada untuk mengelola konten dan produk yang akan dipasarkan. Instruksi langkah demi langkah diberikan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengikuti dengan mudah.
- c) **Proses Memperjual belikan Produk:** Salah satu fokus utama pelatihan adalah cara memperjualbelikan produk melalui website. Peserta diajarkan cara mengunggah foto produk, menulis deskripsi yang menarik, menentukan harga, dan memproses transaksi. Selain itu, pelatihan mencakup strategi pemasaran dasar seperti SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitas produk di mesin pencari.

3. Metode Pelatihan

- a) **Instruksi Langsung dan Praktik:** Pelatihan dilakukan melalui metode instruksi langsung diikuti dengan sesi praktik. Peserta diberikan kesempatan untuk langsung mempraktikkan apa yang telah diajarkan dengan bimbingan dari pelatih. Ini membantu memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga dapat menerapkannya dalam praktik.
- b) **Sesi Tanya Jawab dan Diskusi:** Untuk memastikan pemahaman yang mendalam, sesi tanya jawab dan diskusi dilakukan secara teratur. Peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi tentang tantangan atau kendala yang mereka hadapi dalam menggunakan website.

4. Evaluasi dan Umpan Balik

- a) **Evaluasi Kinerja:** Setelah pelatihan, evaluasi dilakukan untuk menilai pemahaman peserta dan efektivitas pelatihan. Ini bisa berupa kuis, tes praktis, atau penilaian langsung dari aplikasi yang telah dikelola oleh peserta.
- b) **Umpan Balik dan Penyesuaian:** Umpan balik dari peserta dikumpulkan untuk mengidentifikasi area yang perlu perbaikan. Jika diperlukan, penyesuaian dalam materi pelatihan atau metode pengajaran dilakukan untuk meningkatkan efektivitas pelatihan di masa mendatang.

Pelatihan ini diikuti oleh sekitar 20 responden, terdiri dari orang tua dan remaja, sehingga disusun dengan mempertimbangkan perbedaan kemampuan belajar. Meskipun pelatihan ini dirancang agar mudah dipahami oleh semua kalangan, pendekatan yang lebih fokus pada remaja mungkin diterapkan untuk memastikan mereka dapat dengan cepat menguasai teknologi tersebut. Dengan melalui proses pelatihan ini, diharapkan masyarakat Desa Setiris dapat memanfaatkan website secara maksimal untuk meningkatkan pemasaran produk pertanian mereka dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan ekonomi desa.



Gambar 5. Proses Pelatihan Website
Sumber: Olah Data Penulis (2024)



Gambar 6. Fokus Responden terhadap acara
Sumber: Olah Data Penulis (2024)

3. Implementasi

Implementasi kegiatan ini bertujuan untuk mengatasi tantangan perkembangan industri dengan meningkatkan keterampilan digital para petani di Desa Setiris. Program pelatihan digital yang dilaksanakan telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam memperkenalkan sistem pemasaran berbasis platform digital kepada petani. Salah satu dampak utama dari pelatihan ini adalah adopsi sistem pemasaran melalui website oleh sebagian besar petani, terutama anggota Kelompok Tani Tanjung Harapan. Pelatihan ini telah memberdayakan petani untuk menggunakan teknologi modern dalam mempromosikan dan menjual produk pertanian mereka, terutama beras. (Bashir *et al.*, 2020)

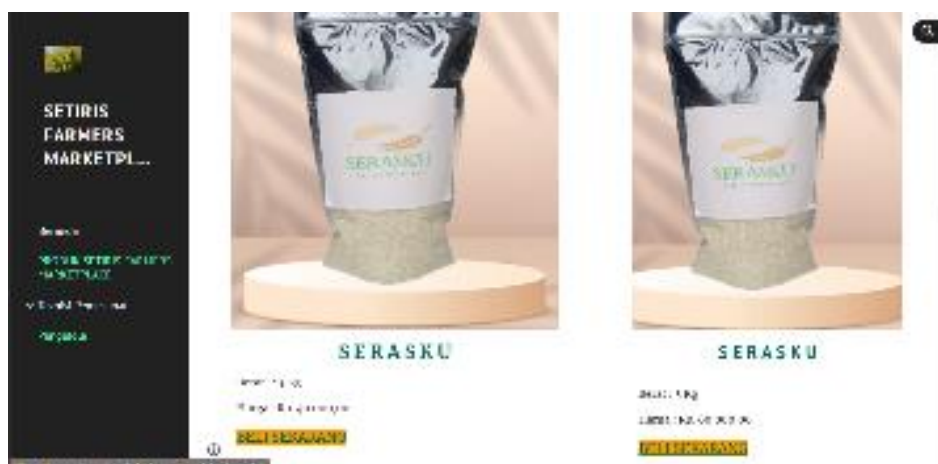
Dengan adanya website, para petani dapat mengakses pasar yang lebih luas secara online, yang memungkinkan mereka untuk meningkatkan volume penjualan dan pendapatan. Selain itu, pelatihan digital juga telah membuka peluang bagi petani

untuk terhubung dengan jejaring sosial (Nugraha *et al.*, 2023). Keterlibatan dalam jejaring sosial ini memungkinkan penyuluh pertanian untuk memberikan dukungan yang lebih baik, seperti informasi terbaru mengenai teknik pertanian, perubahan iklim, dan tantangan lain dalam sektor pertanian. Partisipasi aktif di jejaring sosial membantu petani memperluas pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menghadapi berbagai isu yang muncul.(Huddin & Nafiudin, 2021)

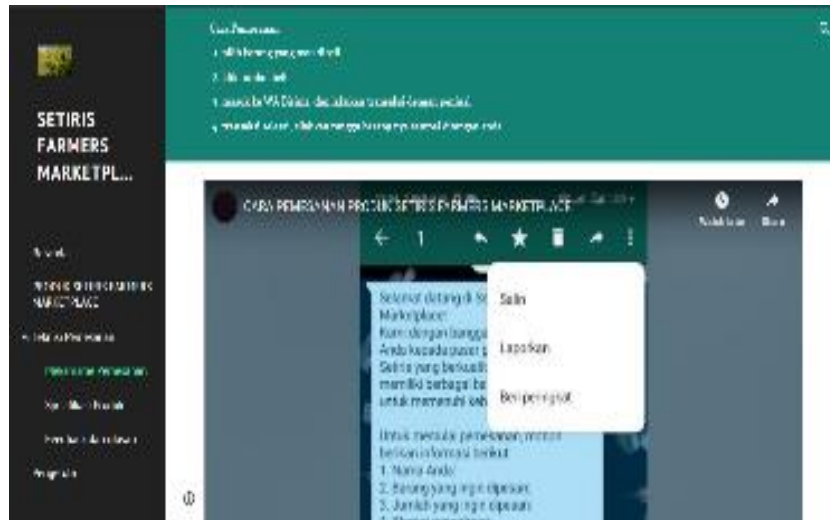
Evaluasi dampak pelatihan dapat dilihat dari seberapa baik teknologi diadopsi oleh petani dan peningkatan akses pasar untuk produk pertanian mereka (RBI Monetary Policy Report, 2021). Dengan hampir seluruh anggota Kelompok Tani Tanjung Harapan yang telah menerapkan sistem pemasaran digital, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini berhasil menciptakan perubahan positif dalam praktik pertanian di Desa Setiris. Implementasi teknologi digital tidak hanya membantu petani dalam aspek pemasaran tetapi juga memperluas jaringan informasi yang mendukung peningkatan keterampilan dan pengetahuan mereka.(Vahlia & Lelawati, 2019)



Gambar 7. Hasil pelatihan website peningkatan hasil pertanian.
Sumber: Olah Data Penulis (2024)



Gambar 8. Produk Penjualan
Sumber: Olah Data Penulis (2024)



Gambar 9. Proses Pemesanan
Sumber: Olah Data Penulis (2024)

KESIMPULAN DAN SARAN

Pendampingan dalam pembuatan *e-commerce* di Desa Setiris telah menunjukkan dampak yang signifikan dalam memajukan pemasaran produk pertanian lokal. Pelatihan digital berbasis website yang dilakukan berhasil memperkenalkan sistem pemasaran modern kepada petani, khususnya anggota Kelompok Tani Tanjung Harapan. Dengan adopsi platform *e-commerce* seperti *Setiris Farmers Market Place*, petani kini memiliki akses ke pasar yang lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan serta pendapatan mereka. Implementasi ini juga memfasilitasi integrasi teknologi digital dalam praktek pertanian, memperluas jaringan informasi, dan mendukung pengembangan keterampilan petani. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan telah menciptakan perubahan positif yang bermanfaat bagi kesejahteraan ekonomi Desa Setiris dan dapat menjadi model bagi desa-desa lain di wilayah sekitarnya.

Kolaborasi yang baik antara pemerintah, masyarakat, organisasi non-keuangan dan tenaga pendidik turut mendukung keberhasilan program ini dengan menyediakan sumberdaya yang lebih baik, baik dari segi materi edukasi maupun dukungan teknis. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi yang positif dalam membangun kemandirian finansial masyarakat Desa Setiris Kecamatan Maro Sebo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dan mendukung dalam pengabdian ini. Terima kasih kepada tim dosen Program Studi Agribisnis Universitas Jambi, pemangku kepentingan, pemerintah Desa Setiris, petani Desa Setiris, dan masyarakat Desa Setiris yang telah memberikan dukungan dan Kerjasama yang luar biasa.

DAFTAR PUSTAKA

Bashir, A., Susetyo, D., Hidayat, A., Hamira, H., & Aini, B. T. (2020). Pelatihan *E-commerce* pada Industri Rumah Tangga di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 17–24.

<https://doi.org/10.29259/jscs.v1i1.6>

- Edison, & Kurnianingsih, F. (2021). Penguatan Kewirausahaan Melalui Pendampingan Sistem E-Commerce Pada Desa INFO ARTIKEL INTI SARI. *Journal of Community Services*, 1(1), 27. <https://journal.inspire-kepri.org/index.php/JoCS>
- 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>
- Hastono, T., Widyastuti, T. M., & Harjana, R. (2022). Pendampingan dan Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk Rumah. *Jurnal Widya Laksmi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 96–103. <https://doi.org/10.59458/jwl.v2i2.42>
- Hidayati, D. (2022). Pelatihan E-Commerce pada UMKM sebagai Penunjang kegiatan Promosi dan Pemasaran di Kelurahan Kandagan, Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 270–276.
- Huddin, M. N., & Nafiudin, N. (2021). Pendampingan Peningkatan Ekonomi Kreatif Kelurahan Pabuaran Kecamatan Walantaka Kota Serang Melalui Implementasi Kano Model dan E-commerce. *KUAT : Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 3(2), 121–129. <https://doi.org/10.31092/kuat.v3i2.1432>
- Imamatus Sholihah. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Peluang Usaha Mandiri pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Pandansari Kecamatan Poncokusumo Malang. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 21–31. <https://doi.org/10.51339/khidmatuna.v2i1.320>
- Irawan, P. L. T., Kestrilia Rega Prilianti, & Melany. (2020). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi E-Commerce di Kelurahan Tlogomas. *Jurnal SOLMA*, 9(1), 33–44. <https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.4347>
- Nugraha, B. B., Khasanah, D. U., Rafif, M., & ... (2023). Pendampingan Pemasaran Digital Pada UMKM Konveksi Aura Desa Kayen Lor Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri. *Welfare: Jurnal ...*, 1(2), 235–241. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/433%0Ah>
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/433/294>
- 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>
- RBI Monetary Policy Report. (2021). 済無No Title No Title No Title. *Monetary Policy Report*, 1(October 2021), 105–112.
- Sifa, M., & Ramadhani, D. (2021). Pelatihan E-commerce anak muda melek digital marketing di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 2774–6755.
- Suranto, S., Efita Sari, D., Narimo, S., Ulfatun, T., Hadi Mustofa, R., Suwandi, J., Fahmi Johan Syah, M., Jatmika, S., Nur Wahyudi, T., Chairil Asmawan, M., Annang Setiyawan, Y., & Azhar Hendawan, H. (2022). Optimalisasi Penggunaan Digital

Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah Di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*), 6(1), 123–136. <http://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS>

- ud, M. I. M. (2023). Pendampingan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Promosi Yudharta Advertising and Press. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 2021–2024. <https://doi.org/10.47065/jpm.v3i4.569>
- Vahlia, I., & Lelawati, N. (2019). Pelatihan E-Commerce Dan Manajemen Keuangan Sebagai Langkah Meningkatkan Pendapatan Pada Keripik Pisang Arjuna. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(4.b), 509–518. <https://doi.org/10.25077/jhi.v3i1.311>