



Vol. 3, No. 2, Tahun 2025

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

AMPOEN

Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat



Diterbitkan oleh:
Universitas Serambi Mekkah - Banda Aceh

**Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian
Orientasi Masyarakat**

JURNAL AMPOEN

VOL. 3, NO. 2, TAHUN 2025

HALAMAN : 318-323

**PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK PEMBERDAYAAN EKONOMI:
PELATIHAN KETERAMPILAN DIGITAL
DI KARANG TARUNA SEPATEN TANGERANG**

SIGIT WIDIYARTO, MU'THIA MUBASYIRA, REKO SYARIF HIDAYATULLAH

UNIVERSITAS INDRAPASTA PGRI

Artikel di Jurnal AMPOEN

Tersedia di : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/ampoen>

DOI : <https://doi.org/10.32672/ampoen.v3i2.3958>

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini

APA : Widiyarto, S., Mu'thia Mubasyira, & Reko Syarif Hidayatullah. (2025). PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK PEMBERDAYAAN EKONOMI: PELATIHAN KETERAMPILAN DIGITAL DI KARANG TARUNA SEPATEN TANGERANG. Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 318–323. <https://doi.org/10.32672/ampoen.v3i2.3958>

Lainnya Kunjungi : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/ampoen>

Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (Jurnal AMPOEN): *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* dengan Visi “*Berdaya melalui Abdi, Merdeka dalam Publikasi*” sebagai platform bagi para pengabdian, peneliti, praktisi, dan akademisi untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan hasil layanan yang berkontribusi terhadap pengembangan masyarakat di Indonesia. Berisi hasil-hasil kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berupa penerapan berbagai bidang ilmu diantaranya pendidikan, ekonomi, agama, teknik, teknologi, pertanian, sosial humaniora, komputer, kesehatan dan lain sebagainya.

Semua artikel yang diterbitkan dalam jurnal ini dilindungi oleh hak cipta dan dilisensikan di bawah Lisensi Creative Commons 4.0 International License (CC-BY-SA) atau lisensi yang setara sebagai lisensi optimal untuk publikasi, distribusi, penggunaan, dan penggunaan ulang karya ilmiah.





PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK PEMBERDAYAAN EKONOMI: PELATIHAN KETERAMPILAN DIGITAL DI KARANG TARUNA SEPATEN TANGERANG

¹Sigit Widiyanto,

²Mu'thia Mubasyira,

³Reko Syarif Hidayatullah

¹ Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Indrapasta PGRI, Jakarta

² Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Indrapasta PGRI, Jakarta

³ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Indrapasta PGRI, Jakarta

*** Email Korespondensi:**

sigit.widiyanto372@gmail.com

Riwayat Artikel

Penyerahan : 27-11-2025

Diterima : 07-12-2025

Diterbitkan : 09-12-2025

Abstrak

Kewirausahaan digital menjadi fokus utama di Indonesia, terutama di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang sering menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi dan pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk memberdayakan pemuda melalui pelatihan kewirausahaan digital di Jl. Raya Mauk Raya, Sepatan, Kabupaten Tangerang, dengan melibatkan 21 peserta dari Karang Taruna. Metode yang digunakan mencakup analisis masalah, persiapan materi, dan pelaksanaan pelatihan dalam tiga sesi, masing-masing selama 1,5 jam, yang meliputi dasar-dasar e-commerce, pemasaran digital, manajemen operasional, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan rata-rata skor 70 untuk pengetahuan teori dan 76 untuk praktik, dengan sebagian besar peserta mampu memahami materi. Meskipun terdapat lima peserta yang memerlukan pendampingan tambahan, antusiasme tinggi terlihat selama pelatihan. Saran dari penelitian ini adalah perlunya pendampingan berkelanjutan setelah pelatihan untuk mengoptimalkan penerapan keterampilan yang telah dipelajari serta memperkuat dukungan dari komunitas dan pemerintah dalam pengembangan kewirausahaan digital di kalangan pemuda. Diharapkan kegiatan ini dapat berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal dan menciptakan generasi wirausaha yang adaptif.

Kata Kunci: Pemberdayaan; E-commerce; Guru ; Pemberdayaan Ekonomi

Abstract

Digital entrepreneurship has become a major focus in Indonesia, especially among Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM), which often face challenges in leveraging technology and digital marketing. This study aims to empower youth through digital entrepreneurship training at Jl. Raya Mauk Raya, Sepatan, Tangerang Regency, involving 21 participants from Karang Taruna. The methods used include problem analysis, material preparation, and training implementation in three sessions, each lasting 1.5 hours, covering the fundamentals of e-commerce, digital marketing, operational management, and evaluation. The results indicate an average score of 70 for theoretical knowledge and 76 for practical skills, with most participants demonstrating understanding of the material. Although five participants required additional assistance, there was high enthusiasm observed during the training. Recommendations from this study highlight the need for ongoing support after training to optimize the application of newly acquired skills and to strengthen community and government support in developing digital entrepreneurship among youth. It is hoped that this activity can contribute to enhancing local economies and creating an adaptive generation of entrepreneurs.

Keywords: Empowerment; E-commerce; Teacher; Economic Empowerment.



PENDAHULUAN

Kewirausahaan digital telah menjadi fokus di Indonesia, terutama di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian oleh Suri dan Halim (2022) mengungkapkan tantangan signifikan: rendahnya tingkat pengembangan kewirausahaan digital disebabkan oleh keterbatasan kemampuan teknologi dan kurangnya literasi digital di antara pemilik UMKM di Desa Cirumpak. Kekurangan ini menghalangi banyak pengusaha dalam memanfaatkan pemasaran digital secara efektif, sehingga menghambat pertumbuhan bisnis mereka. Inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan memotivasi UMKM agar beralih ke transformasi digital sangat penting untuk memfasilitasi kemajuan mereka dalam ekonomi digital.

Menurut Usanto et al. (2025), pelatihan yang diberikan menunjukkan peningkatan yang nyata dalam literasi digital di kalangan peserta. Setelah pelatihan, 80% peserta melaporkan bahwa mereka dapat membuat konten promosi yang efektif dan menggunakan fitur bisnis di media sosial. Pemberdayaan ini menyebabkan peningkatan penjualan produk sebesar 15-20% dalam satu bulan, yang menekankan dampak ekonomi dari pelatihan semacam itu dan pentingnya keterampilan digital bagi ekonomi lokal.

Persimpangan antara pendidikan dan e-commerce terlihat dalam karya Li, He, dan Zheng (2017). Mereka berargumen bahwa dengan semakin kompleksnya e-commerce sebagai subjek lintas disiplin, sangat penting untuk menekankan praktikalitas dan inovasi dalam pendidikan. Mereka menyarankan kerjasama antara sekolah dan perusahaan sebagai strategi yang layak untuk mereformasi kurikulum, memastikan bahwa siswa dibekali keterampilan yang relevan untuk pasar kerja yang sedang berkembang.

Zhi (2021) menggambarkan e-commerce sebagai sekumpulan aktivitas bisnis yang difasilitasi oleh teknologi elektronik, yang meningkatkan kenyamanan dan mendorong koordinasi. Pengembangan model pendidikan kolaboratif

sekolah-perusahaan yang inovatif telah menjadi hal penting dalam memenuhi kebutuhan pelatihan praktis di sektor e-commerce. Model ini, yang menekankan manfaat timbal balik dan keberlanjutan, merupakan kemajuan signifikan dalam menyelaraskan hasil pendidikan dengan kebutuhan industri.

Wahjusaputri dan Nastiti (2022) meneliti penerapan e-commerce melalui pasar Shopee, mengungkapkan manfaat signifikan bagi unit produksi di sekolah vokasi. Mereka mencatat percepatan penjualan dan peningkatan jangkauan konsumen. Namun, tantangan seperti sumber daya manusia yang lemah dan masalah plagiarisme masih ada, menyoroti kompleksitas penggunaan e-commerce di lingkungan pendidikan.

Konsep "ekonomi internet plus" dibahas oleh Chen (2021), yang menggambarkan e-commerce sebagai kekuatan ekonomi transformatif yang mengintegrasikan berbagai sektor, menunjukkan kemampuannya untuk meningkatkan industri dan layanan tradisional. Integrasi ini menekankan perlunya kerangka pendidikan yang cepat beradaptasi terhadap perubahan ekonomi ini.

Di China, Lin et al. (2021) mengamati bahwa e-commerce semakin diminati dalam pendidikan vokasi, menunjukkan perubahan persepsi di antara orang tua dan siswa tentang nilai profesi ini. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelatihan dalam pendidikan tinggi vokasi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan penempatan kerja di industri, yang semakin bergantung pada praktik e-commerce yang mahir.

Hadi et al. (2024) menekankan aspek dasar prinsip-prinsip pemasaran digital dan penerapan praktis platform e-commerce. Aspek pelatihan yang mengintegrasikan teori dan praktik sangat penting untuk mempersiapkan angkatan kerja dalam peran kewirausahaan digital.

Sulistiyowati et al. (2023) mengidentifikasi tantangan spesifik yang dihadapi SMA Al-Maarif, seperti kurangnya pelatihan tentang pemasaran digital dan pemanfaatan fasilitas yang ada untuk mendukung program Double Track. Mereka mengusulkan inisiatif pelatihan yang ditargetkan untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya

dalam meningkatkan keterampilan di bidang pemasaran digital dan e-commerce, yang sangat penting untuk mendorong keterampilan ekonomi kreatif di kalangan siswa.

Halim et al. (2023) menguraikan tahap-tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian, di mana pengenalan kewirausahaan digital menjadi komponen kritis dalam pendidikan. Temuan dari wawancara lanjutan menunjukkan peningkatan pemahaman prinsip-prinsip pemasaran digital di antara peserta sebesar 80%, menunjukkan efektivitas acara pelatihan yang terstruktur.

Zamsuri et al. (2023) mendefinisikan e-commerce sebagai jual beli produk dan layanan melalui jaringan informasi, termasuk internet. Fleksibilitas ini memungkinkan konsumen untuk bertransaksi secara bebas dan memilih produk dari berbagai vendor, menggambarkan dinamika praktis bisnis online.

Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan kewirausahaan digital sangat penting untuk memperkuat ekonomi lokal. Tujuan dari kegiatan "Memberikan Keterampilan dalam Memanfaatkan E-Commerce untuk Pemberdayaan Ekonomi: Pelatihan Keterampilan Digital di Karang Taruna Sepatan, Tangerang," mencerminkan kebutuhan untuk membekali individu dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjelajahi lanskap digital secara efektif. Mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam kewirausahaan digital dapat membuka jalan menuju hasil ekonomi yang lebih baik dan mendorong ekosistem kewirausahaan yang berkembang. Secara keseluruhan, pemberdayaan UMKM melalui pelatihan kewirausahaan digital sangat penting untuk memperkuat ekonomi lokal.

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan pemberdayaan pemuda melalui pelatihan kewirausahaan digital di Jl. Raya Mauk Raya, Sepatan, Kec. Sepatan, Kabupaten Tangerang, Banten, 15520, dirancang untuk memberikan keterampilan yang diperlukan dalam menghadapi tantangan e-commerce saat ini. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Februari 2025

dengan melibatkan 21 peserta dari Karang Taruna Kec. Sepatan. Pelatihan ini terdiri dari tiga sesi, masing-masing berdurasi 1,5 jam, yang meliputi materi dasar-dasar e-commerce, pemasaran digital dan strategi penjualan, manajemen operasional dan pelayanan, serta evaluasi dan pendampingan.

Tahapan kegiatan dimulai dengan analisis masalah untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pemuda dalam memanfaatkan e-commerce. Melalui diskusi kelompok dan kuesioner, para peserta memberikan informasi mengenai kendala yang mereka hadapi, seperti kurangnya pemahaman tentang platform digital, strategi pemasaran yang efektif, dan manajemen operasional yang efisien. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan yang relevan dan aplikatif bagi peserta.

Setelah analisis masalah, tahap berikutnya adalah persiapan kegiatan. Dalam tahap ini, panitia mengatur materi pelatihan yang akan disampaikan, termasuk penentuan narasumber yang berpengalaman di bidang e-commerce dan pemasaran digital. Selain itu, persiapan juga mencakup pengaturan logistik, seperti tempat pelatihan, peralatan yang diperlukan, serta materi pendukung yang akan digunakan selama pelatihan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga sesi. Sesi pertama difokuskan pada dasar-dasar e-commerce, di mana peserta diperkenalkan pada konsep e-commerce, jenis-jenis model bisnis online, dan pentingnya memiliki kehadiran digital. Sesi kedua melibatkan pemasaran digital dan strategi penjualan, di mana peserta diajarkan cara menggunakan media sosial dan platform online untuk memasarkan produk mereka. Sesi ketiga berfokus pada manajemen operasional dan pelayanan yang baik dalam menjalankan bisnis online, serta memberikan evaluasi dan pendampingan untuk membantu peserta menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari.

Tahap akhir adalah evaluasi, di mana peserta diminta untuk memberikan umpan balik tentang pelatihan yang diberikan. Melalui evaluasi ini, panitia dapat menilai efektivitas program dan mengetahui area mana yang perlu ditingkatkan di masa depan. Selain itu, pendampingan yang dilakukan setelah

pelatihan juga bertujuan untuk memastikan peserta dapat menerapkan keterampilan yang telah dipelajari dalam usaha mereka, sehingga tercapai tujuan pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan. Kegiatan ini diharapkan dapat menciptakan generasi muda yang siap beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan mampu memanfaatkan peluang di dunia digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pelatihan kewirausahaan digital yang dilaksanakan di Jl. Raya Mauk Raya, Sepatan, Kec. Sepatan, Kabupaten Tangerang, Banten, menunjukkan pencapaian yang menggembirakan. Dengan latar belakang 21 peserta dari Karang Taruna, setiap peserta diminta untuk membawa perangkat HP masing-masing guna praktik pembuatan konten pemasaran digital. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan platform digital untuk pengembangan usaha.

Materi pelatihan mencakup berbagai aspek yang sangat penting dalam dunia e-commerce. Pertama, para peserta diberikan bimbingan dalam pemilihan platform, di mana mereka diajarkan untuk memilih platform yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik itu melalui marketplace populer seperti Tokopedia dan Shopee, atau melalui kebijakan untuk membuat website sendiri. Ini memberikan peserta wawasan tentang berbagai pilihan yang tersedia dan kegiatan praktikal memilih platform terbaik bagi produk yang mereka tawarkan (Bakhtiar, A.,dkk, 2024)

Selanjutnya, pembuatan akun menjadi perhatian utama dalam sesi ini. Peserta dibimbing dengan langkah-langkah praktis yang jelas dan sistematis untuk membuat dan mengoptimalkan akun toko online di marketplace. Ini termasuk pengaturan profil, penulisan deskripsi yang menarik, dan pengunggahan foto produk yang berkualitas tinggi.

Salah satu aspek penting yang tidak diabaikan adalah legalitas dan keamanan. Edukasi tentang hukum siber dan keamanan data dijelaskan

dengan menekankan pentingnya untuk mencegah kecurangan dan penipuan online. Para peserta sangat menyadari bahwa memahami aspek hukum ini adalah langkah krusial dalam membangun bisnis yang dapat dipercaya.



Gambar 1. Pemaparan Dasar dasar e-Commerce

Materi tentang branding dan konten menarik juga diberikan, di mana pentingnya memiliki identitas merek yang kuat, deskripsi produk yang mencolok, serta foto dan video produk yang berkesan menjadi dasar dalam menarik perhatian konsumen. Peserta didorong untuk menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga informatif agar produk mereka dapat dikenali secara luas.

Dalam hal pemasaran, para peserta diajarkan tentang pemasaran media sosial. Materi ini mencakup strategi memanfaatkan platform media sosial untuk melakukan promosi dan menghubungi konsumen secara langsung, yang menjadi sangat vital di era digital saat ini. Ditambah dengan strategi promosi yang mencakup teknik-teknik penjualan, seperti memberikan diskon, voucher, dan penawaran gratis ongkir, peserta mendapatkan gambaran lengkap untuk meningkatkan daya tarik produk mereka.

Dalam aspek teknis, peserta juga diperkenalkan dengan Search Engine Optimization (SEO) dasar. Mereka belajar cara agar produk mereka lebih mudah ditemukan di mesin pencari, yang sangat penting untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa secara keseluruhan, rata-rata peserta memperoleh skor 70 untuk pengetahuan teori dan 76 untuk praktik.

Meskipun terdapat lima peserta yang membutuhkan pendampingan tambahan dalam pembuatan konten dan pengoperasian HP, antusiasme mereka dalam mengikuti pelatihan sangat terlihat. Kesungguhan peserta dalam berinteraksi dan berpartisipasi aktif menunjukkan bahwa kegiatan ini telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam e-commerce.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para peserta dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh dalam usaha mereka serta mendukung pemberdayaan ekonomi di lingkungan mereka. Kegiatan ini tidak hanya memperluas kemampuan dan jangkauan pemasaran, tetapi juga membangun kepercayaan diri para peserta untuk terjun ke dalam dunia kewirausahaan digital (Saring, S., & Widiyanto, S. 2023).

KESIMPULAN

Pelatihan kewirausahaan digital yang dilaksanakan di Jl. Raya Mauk Raya, Sepatan, berhasil mencapai tujuan untuk memberdayakan pemuda melalui peningkatan keterampilan dalam e-commerce. Kegiatan ini melibatkan 21 peserta dari Karang Taruna yang dilatih dalam berbagai aspek penting, mulai dari pemilihan platform e-commerce hingga teknik pemasaran digital yang efektif. Selama pelatihan, para peserta diberikan wawasan mendalam mengenai cara memilih marketplace yang sesuai, membuat dan mengoptimalkan akun toko online, serta memahami legalitas dan keamanan dalam berbisnis secara online. Pentingnya branding dan pembuatan konten menarik juga menjadi fokus utama, di mana peserta diajarkan untuk menciptakan identitas merek yang kuat dan menyediakan deskripsi produk serta materi visual yang menarik. Pendekatan praktis dalam pemasaran media sosial, strategi promosi, dan dasar-dasar Search Engine Optimization (SEO) turut membantu peserta untuk lebih memahami cara meningkatkan jangkauan pasar mereka. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata peserta memperoleh skor positif baik dalam teori maupun praktik, mencerminkan peningkatan pemahaman dan keterampilan yang signifikan. Antusiasme

peserta selama pelatihan terlihat dari keterlibatan aktif mereka, meskipun beberapa membutuhkan pendampingan tambahan. Hal ini menunjukkan adanya potensi yang besar di antara peserta untuk berkembang lebih lanjut dalam dunia digital. Dengan demikian, pelatihan ini bukan hanya sekadar memberikan keterampilan praktis, tetapi juga membangun kepercayaan diri peserta untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka di dunia e-commerce. Diharapkan bahwa hasil dari pelatihan ini dapat berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi di lingkungan sekitar serta menciptakan generasi muda yang tanggap terhadap perkembangan teknologi dan peluang bisnis. Kegiatan ini menjadi langkah awal yang penting dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan digital yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhtiar, A., Widiyanto, S., Sartono, L. N., Isroyati, I., Wulansari, L., & Setyowati, L. (2024). Penggunaan Media You Tube Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Pada Siswa Sekolah Dasar. *Warta Dharmawangsa*, 18(2), 532-539.
- Chen, Q. (2021, April). Development and practice of cross border e-commerce platform system based on school enterprise cooperation. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1881, No. 3, p. 032082). IOP Publishing.
- Hadi, W. N., Husna, A., & Fendi, F. (2024). Pemanfaatan e-commerce sebagai bekal wirausaha pada siswa SMA Unggulan Hafsha Zainul Hasan. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 7(2), 83-90.
- Halim, F., Sherly, S., Lie, D., Supitriyani, S., & Sudirman, A. (2023). Optimalisasi Digital Entrepreneurship Melalui Pelatihan Digital Marketing bagi Siswa-Siswi SMA Swasta Sultan Agung Pematangsiantar. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(1), 90-97.
- Li, J., He, Y., & Zheng, Y. (2017, October). Research on Talent Training Mode of School Enterprise Cooperation in Application Oriented Independent College-Case Study on Major

- of E-commerce. In *2017 International Conference on Education Science and Economic Management (ICESEM 2017)* (pp. 457-461). Atlantis Press.
- Lin, C. Y., Xi, Z., Gao, C., & Tsai, S. B. (2021). Research on the Training Model of E-Commerce Professionals Based on Big Data Analysis. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2021(1), 2030991.
- Sulistiyowati, R., Sudarwanto, T., Rakhmawati, D. Y., Fahrullah, A., Maula, F. I., Mahendra, A. M., & Amaliyah, K. (2023). Pelatihan Program Digital Marketing dan E-Commerce Sebagai Peningkatan Keterampilan Ekonomi Kreatif. *Madaniya*, 4(4), 1834-1843.
- Saring, S., & Widiyanto, S. (2023). Problematika manajemen kurikulum merdeka pada siswa taman kanak-kanak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(6), 7925-7932.
- Suri, I., & Halim, U. (2022). Literasi Digital Dalam Meningkatkan Keterampilan Entrepreneurship Masyarakat Desa Cirumpak Kabupaten Tangerang. *Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(3), 32-41.
- Usanto, U., Sopian, A., Sucahyo, N., Suhandi, Y., Dewi, C. S., Syahrial, R., ... & Larsen, J. (2025). LITERASI DIGITAL BAGI KARANG TARUNA RW 08 GELAM JAYA UNTUK Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Lokal. *SWADIMAS: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 3(1), 15-24.
- Wahjusaputri, S., & Nastiti, T. I. (2022). Implementation of e-Commerce in Improving the Competitiveness of Vocational Secondary Education Student Entrepreneurship Products. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 16(3), 384-391.
- Zamsuri, A., Asril, E., & Sadar, M. (2022). Pelatihan Pembuatan Design Web E-Commerce Siswa SMA N 1 Tambang Kab. Kampar. *JDISTIRA- Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 2(1), 9-16.
- Zhi, K. (2021, July). Research on Innovation and Practice of School-enterprise Cooperative Education Model Based on E-commerce. In *2021 International Conference on Education, Information Management and Service Science (EIMSS)* (pp. 490-494). IEEE.