

PELATIHAN DAN PEMBUATAN WEBSITE E-COMMERCE PADA UMKM MUDOKUFOOD TEMBILAHAN

Dwi Yuli Prasetyo¹, Fitri Yunita², Asniati Bindas³, Abdullah⁴, Samsudin⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
Universitas Islam Indragiri

*e-mail: dwiyuliprasetyo@gmail.com, fitriyun@gmail.com, asniatibindas@gmail.com,
abdialam@yahoo.com, samsudin_as_ad@yahoo.co.id

Abstrak

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Indragiri Hilir saat ini memegang peranan penting dalam mendorong perekonomian masyarakat kedepan. Hal ini sebagian besar tidak terlepas dari pesatnya ekspansi UMKM yang berdampak positif bagi perekonomian daerah yang lebih mampu menunjukkan kemandiriannya, seperti yang terlihat di Desa Tembilahan. Banyak orang Tembilahan menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sejauh ini baru diiklankan ke tetangga dan teman-teman di daerah tersebut. Meski menggunakan media sosial, UMKM di Tembilahan tumbuh dengan sangat cepat. Oleh karena itu, Universitas Islam Indragiri telah membantu pembentukan organisasi pengelola UMKM di Tembilahan melalui program *Community Science and Technology*. Media *online* berupa *E-Commerce* juga telah dibangun sebagai wadah bagi para pelaku UMKM yaitu UMKM Mudokufood Tembilahan guna mempermudah pengelolaannya. UMKM Mudokufood masih membutuhkan pendampingan dan pelatihan baik bagi pengelola *E-Commerce* agar tetap eksis dan terus berkembang secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diluncurkan program pendampingan dan pelatihan bagi UMKM Mudokufood Tembilahan di Desa Tembilahan dengan harapan dapat meningkatkan omset UMKM Mudokufood Tembilahan.

Kata kunci: *Website, E-Commerce, Marketing, Umkm, Tembilahan*

Abstract

The development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indragiri Hilir Regency currently plays an important role in encouraging the community's economy in the future. This is largely inseparable from the rapid expansion of MSMEs which has a positive impact on the regional economy which is better able to show its independence, as seen in Tembilahan Village. Many Tembilahan people run micro, small and medium enterprises (MSMEs). So far only advertised to neighbors and friends in the area. Despite using social media, MSMEs in Tembilahan are growing very fast. Therefore, the Islamic University of Indragiri has assisted in the formation of an MSME management organization in Tembilahan through the Community Science and Technology program. Online media in the form of E-Commerce has also been built as a forum for MSME actors, namely MSME Mudokufood Tembilahan to facilitate their management. Mudokufood MSMEs still need assistance and good training for E-Commerce managers in order to continue to exist and continue to develop sustainably. Therefore, a mentoring and training program was launched for Mudokufood Tembilahan MSMEs in Tembilahan Village with the hope of increasing the turnover of Mudokufood Tembilahan MSMEs.

Keywords: *Website, E-Commerce, Marketing, Umkm, Tembilahan*

PENDAHULUAN

Sejalan dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, internet yang mengarah ke dunia maya, tampaknya mengendalikan semua aktivitas di permukaan bumi, dan secara umum akan menjadi alat untuk daya saing. Bahkan, banyak pengguna internet yang mencari ilmu di ranah pendidikan, agama, kesehatan, olahraga, periklanan, bahkan bisnis. Salah satu aspek yang paling menarik dari kemajuan teknis saat ini adalah munculnya internet. Munculnya perdagangan elektronik (*E-Commerce*) di lingkungan perusahaan mungkin merupakan salah satu aspek terpenting dari perkembangan ini. Dari transaksi jual beli hingga periklanan, *E-Commerce* telah mengubah hampir setiap aspek fungsi dan aktivitas perusahaan. Dengan diperkenalkannya *E-Commerce*, pelanggan kini dapat melakukan pembelian dan penjualan barang tanpa harus mengunjungi toko secara fisik. Sistem informasi, menurut O'Brien (2005), adalah kumpulan terorganisir dari orang-orang,

perangkat keras, perangkat lunak, jaringan dan transmisi data, dan basis data yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan data dalam bentuk organisasi.

E-Commerce merupakan kegiatan jual beli yang berlangsung secara *online* dengan bantuan teknologi informasi yang diakses melalui *website* dan perangkat bergerak yang terhubung dengan jaringan telekomunikasi. Konsumen, baik konsumen *business-to-consumer* (B2C) maupun *business-to-business* (B2B), dapat merasakan dampak dari teknologi *E-Commerce*. Salah satu alasan mengapa perusahaan saat ini menggunakan *E-Commerce* adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas mereka. *E-Commerce* diklaim dapat meningkatkan efisiensi karena dapat mengurangi biaya pemasaran, tenaga kerja, dan overhead. Selain itu, ini meningkatkan efisiensi karena dukungan internet untuk *E-Commerce* memungkinkan bisnis mengakses *audiens* yang lebih luas dan lebih cepat. Hal ini dimungkinkan karena bisnis dapat mengoperasikan toko *virtual* 24 jam sehari, tujuh hari seminggu dengan menyajikan informasi produk dan prosedur pembelian *online* di situs *web* mereka. Konsumen juga diuntungkan, hemat biaya penginapan dan dimudahkan dengan informasi spesifikasi produk dan tampilan grafis yang cantik, bahkan bisa dilengkapi dengan animasi dan film tentang barang tersebut (Mumtahana, Hani Atun, Nita & Tito, 2017).



Gambar 1. Jual Beli Website *E-Commerce*

Tingkat daya saing perusahaan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi saat ini. Ini bukan hanya di pasar *offline* itu juga di internet. Akibatnya, persaingan yang terjalin antar pelaku bisnis semakin ketat. Alhasil, agar bisa bersaing, semua pelaku bisnis harus lebih kreatif, orisinal, dan selalu menghadirkan yang terbaik dari barang yang dijual. Tidak hanya item yang harus dievaluasi, tetapi juga teknik yang akan digunakan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Karena saat itu banyak perusahaan besar yang menggunakan internet, atau yang sekarang dikenal dengan *E-Commerce* (Irawan et al., 2020). *E-Commerce* adalah proses konsumen dan bisnis membeli dan menjual barang secara elektronik melalui penggunaan komputer sebagai perantara komersial. Ada beberapa keunggulan *E-Commerce* yang tidak dimiliki oleh transaksi bisnis *offline*, antara lain sebagai berikut (1) Produk, banyak jenis produk yang berbeda, seperti pakaian, mobil, dan sepeda, dapat dipasarkan dan dijual melalui internet, (2) *Domain Hosting*, internet adalah tempat untuk menjual, yang berarti Anda memerlukan nama dan *hosting*, (3) Pesanan dapat diterima melalui email, telepon, sms, dan cara lainnya, (4) metode pembayaran: kartu kredit, *PayPal*, dan uang tunai, (5) Cara pengiriman, Pos Indonesia, JNT, atau JNE semuanya pilihan, (6) Layanan pelanggan: email, Hubungi kami, Telepon, dan Obrolan jika perangkat lunak memungkinkan (Apriadi & Saputra, 2017).

Marketplace adalah sebuah media *online* berbasis internet (*web-based*) dimana pembeli dan penjual melakukan aktivitas bisnis dan transaksi. Pembeli dapat mengidentifikasi sebanyak mungkin penyedia yang memenuhi persyaratan mereka, memungkinkan mereka untuk membeli dengan harga pasar. *Marketplace* adalah forum komunitas bisnis interaktif elektronik yang berfungsi sebagai pasar bagi bisnis untuk terlibat dalam *B2B E-Commerce* dan kegiatan *e-Business*

lainnya. Menurut definisi ini, pasar adalah *platform* pemasaran produk elektronik yang menyatukan sejumlah besar pedagang dan pelanggan untuk bertransaksi satu sama lain (I Made Adi Pranata, 2018). Ada beberapa komponen yang mendukung sebuah *marketplace*, antara lain (1) Pelanggan yang menggunakan Internet berasal dari seluruh dunia, (2) Jutaan pemilik toko mempromosikan dan menjual berbagai macam produk di Internet, (3) Barang dan jasa fisik dan digital ada. Produk digital adalah barang yang telah diubah ke format digital dan dikirim melalui Internet, (4) Untuk menjalankan *marketplace*, infrastruktur jaringan, *hardware*, software, dan infrastruktur lainnya harus disiapkan (5) Pengembangan *front-end* Sebuah *front-end* memungkinkan penjual dan pembeli untuk berkomunikasi di pasar. Portal penjual, katalog elektronik, keranjang belanja, mesin pencari, dan mesin lelang semuanya merupakan bagian dari *front-end*, (6) *Backend* Pada *backend*, kegiatan seperti pemenuhan pesanan, manajemen persediaan, pembelian dari pemasok, akuntansi dan keuangan, proses pembayaran, pengepakan, dan pengiriman berlangsung, (7) Peran perantara Seorang perantara yang bertindak sebagai penghubung antara vendor dan pembeli. Sebagian besar operasi terkomputerisasi (I Made Adi Pranata, 2018). UMKM memerlukan strategi untuk meningkatkan dan meningkatkan daya saingnya agar dapat berperan dalam pembangunan ekonomi, salah satunya adalah pemanfaatan *E-Commerce*. Terlepas dari kenyataan bahwa teknologi informasi berkembang dengan pesat, sebagian besar UMKM yang ada belum sepenuhnya memanfaatkan aplikasi *E-Commerce*. Belum optimalnya penggunaan *E-Commerce* pada UMKM di Kabupaten Sumenep disebabkan oleh beberapa kendala, antara lain belum meratanya distribusi jaringan internet eksisting, logistik, dan metode pembayaran (Jaidan, 2010).



Gambar 2. Marketplace *E-Commerce*

Oleh karena itu, dalam kajian PKM ini direkomendasikan untuk merancang sebuah platform perdagangan elektronik (*E-Commerce*) bernama MudokuFood untuk membantu UMKM di pasar wilayah Kabupaten Indragiri Hilir lebih efisien dan efektif. Pengeluaran pemasaran, biaya sumber daya manusia, dan biaya *overhead* semuanya dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi. Dan efisiensi tersebut didukung dengan tersedianya teknologi internet yang memungkinkan barang dapat dijual baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Kedepannya, dengan tujuan untuk meningkatkan taraf ekonomi para pelaku UMKM di wilayah Kabupaten Indragiri Hilir.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif selain penelitian deskriptif. Penelitian dilakukan dengan tujuan memperoleh gambaran utuh tentang subjek dan situasi yang diteliti, serta menyaring data yang masuk. Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut, sesuai dengan rumusan masalah dan hasil yang diinginkan yaitu (1) Tinjauan tentang mekanisme penjualan toko mudokufood saat ini, (2) Pembuatan situs *web E-Commerce* untuk toko mudokufood sebagai saluran penjualan. Metode pengumpulan data berikut digunakan dalam

penelitian ini adalah Metode Observasi. Mudokufood didirikan pada Juli 2020 oleh Doni Kurniawan mahasiswi FTIK Universitas Islam Indragiri, dengan menu awal nasi bakar dan cumi asin dengan sambal matah.

Latihan ini dilaksanakan dengan metode pelatihan terstruktur. Pendekatan ceramah, diskusi-informasi, dan pengajaran langsung di *internet* adalah tujuan dari metode ini. Materi kuliah dan percakapan dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang *internet* dan potensi bisnis *internet*. Selanjutnya akan ada kuliah dan debat tentang pentingnya *blog* atau *web* dalam bisnis *internet*, serta cara membuat *web* atau *blog*. Cara mendaftar *web domain* dengan *blog*. Kemudian lanjutkan ke belajar cara membuat situs *web* atau *blog* hanya dengan menggunakan *internet*. Langkah selanjutnya adalah mempersiapkan pelaku UMKM untuk mandiri dalam upaya pemasarannya. Penting untuk memberikan 1 (satu) bulan dukungan (panduan) di bidang promosi bisnis melalui *E-Commerce* sambil mengembangkan pengetahuan dan kapasitas untuk memanfaatkan komputer dan jaringan internet. Untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan yang direncanakan, pelaku UMKM berusaha melakukan evaluasi kegiatan dengan mengidentifikasi kriteria dan menetapkan indikator keberhasilan sebagai berikut :

Tabel 1. Indikator Keberhasilan *E-Commerce* Bagi UMKM

Kegiatan	Kriteria	Indikator Keberhasilan
Seminar (Penyuluhan)	Memperluas pemahaman, pengetahuan, dan wawasan pelaku UMKM	Tingkatkan keahlian dan pemahaman pelaku UMKM tentang <i>internet marketing</i> dengan cara: <ol style="list-style-type: none"> Termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan komersial termasuk pemasaran <i>internet</i>. Mendorong pemilik bisnis untuk berperilaku profesional. Semangat untuk mengembangkan kegiatan usaha
Pendampingan	Kemampuan pemasaran internet untuk menghasilkan penjualan	25% Mengerti komputer, dan 50% Familiar dengan jaringan internet. 75% Sudah familiar dengan sistem pemasaran dan mengunggah produk 100% Menggunakan teknik pemasaran <i>internet (E-Commerce)</i>

Sumber : Data diolah (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu masyarakat tertentu dalam berbagai kegiatan yang dapat membantu mengembangkan bisnis UMKM di Tembilahan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan upaya civitas akademika untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di kabupaten Indragiri Hilir, termasuk memperluas wawasan, pengetahuan, dan keterampilan, sebagai perwujudan dharma bakti dan bentuk kepedulian untuk berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat luas, khususnya bagi masyarakat yang kekurangan ekonomi. Secara umum Program Studi Sistem Informasi FTIK UNISI mengembangkan program ini untuk memberikan kontribusi yang signifikan kepada masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat kabupaten Indragiri Hilir. Setiap dosen wajib mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi.

1) Identifikasi Masalah

Dengan kata lain, identifikasi masalah adalah suatu proses yang dapat dipandang sebagai langkah penting di antara fase-fase proses lainnya, dan hasil dari identifikasi masalah atau inventarisasi masalah adalah identifikasi masalah. Tahap identifikasi masalah berlangsung sebelum kegiatan disampaikan. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengidentifikasi

permasalahan yang dihadapi UMKM di Tembilahan. Pada 30 Maret 2022, tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan survei untuk bertemu dengan perwakilan dari Kabupaten Tembilahan dan asosiasi UMKM. Menurut kondisi UMKM di Kabupaten Tembilahan, mayoritas UMKM tetap mengiklankan produknya dengan cara tradisional. Banyak bisnis belum bereksperimen dengan pemasaran *internet* atau *E-Commerce*. UMKM di Kecamatan Tembilahan juga masih awam dengan cara mendaftar aplikasi *E-Commerce*. Selain itu, produk yang dijual terus dikemas dan diberi label dengan cara yang jelek dan kurang menarik.



Gambar 3. Anggota Tim PKM FTIK Sedang Mengidentifikasi Masalah UMKM

2) Pelatihan dan Pendampingan

Ada 14 orang yang hadir, termasuk sejumlah pegawai Kecamatan Tembilahan. Peserta diwajibkan mengisi daftar hadir sebelum Tim PKM menyerahkan setiap fotokopi materi kepada para pelaku usaha UMKM.



Gambar 4. Sambutan Dekan FTIK UNISI



Gambar 5. Pemaparan Materi Strategi Pemasaran *Online* atau *E-Commerce*

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan sebagai bagian dari tanggung jawab instruksional Program Studi Sistem Informasi UNISI pada :

Tabel 2. Rounddown Kegiatan PKM Prodi Sistem Informasi FTIK UNISI

Keterangan	Identifikasi Masalah	Pelatihan	Pendampingan	Monitoring & Evaluasi
Hari	Selasa	Rabu	Senin	Selasa
Tanggal	1 Maret 2022	30 Maret 2022	11 April 2022	26 April 2022
Tempat	UMKM MudokuFood Tembilahan	UMKM MudokuFood Tembilahan	UMKM MudokuFood Tembilahan	UMKM MudokuFood Tembilahan
Waktu	13.00 - 15.00 Wib	13.00 - 16.00 Wib	13.00 - 15.00 Wib	13.00 - 15.00 Wib
Pemateri	Narasumber : 1) Fitri Yunita, S.Si, M.Kom	Materi : Pelatihan Website <i>E-Commerce</i> pada UMKM MudokuFood Tembilahan Narasumber : 1) Dwi Yuli Prasetyo, M.Kom 2) Samsudin, M.Kom	Narasumber : 1) Dr. H. Abdullah, M.Kom	Narasumber : 1) Asniati Bindas, MM
Jumlah Peserta	10 Orang	15 Orang	10 Orang	1 UMKM

Sumber : Data diolah (2022)

Susunan acara pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

Tabel 3. Susunan Acara Kegiatan PKM Prodi Sistem Informasi FTIK UNISI

Waktu	Acara	Penanggung Jawab
12.30 - 13.00	Registrasi Peserta	Panitia
13.00 - 13.10	Pembukaan	MC
13.10 - 13.20	Sambutan Dekan FTIK UNISI	Dosen FTIK UNISI Dr. H. Abdullah, S.Si, M.Kom
13.20 - 13.30	Persiapan Pemaparan Materi	Panitia
13.30 - 14.00	Pemaparan Materi Strategi Pemasaran <i>Online</i> atau <i>E-Commerce</i>	Dosen FTIK UNISI Dwi Yuli Prasetyo, M.Kom
14.00 - 14.30	Pemaparan Materi Kemasan	Dosen FTIK UNISI Samsudin, M.Kom
14.30 - 15.00	Pemaparan Materi Desain Label Produk	Dosen FTIK UNISI Fitri Yunita, M.Kom
15.00 - 15.30	Pemaparan Materi Etika Bisnis	Dosen FTIK UNISI Asniati Bindas, MM
15.30 - 16.00	Tanya Jawab	Dosen FTIK UNISI
16.00 - 16.15	Penutupan	Panitia

Sumber : Data diolah (2022)

Di penghujung acara, FTIK UNISI menyerahkan cinderamata berupa piagam FTIK UNISI yang diterima secara langsung oleh pemilik UMKM Mudokufood Tembilahan sebagai tanda terima kasih dan kerjasama antara FTIK UNISI dengan Kabupaten Tembilahan. Di penghujung acara, FTIK UNISI menyerahkan cinderamata berupa piagam FTIK UNISI yang diterima secara langsung oleh pemilik UMKM Mudokufood Tembilahan sebagai tanda terima kasih dan kerjasama antara FTIK UNISI dengan Kabupaten Tembilahan.



Gambar 6. Penyerahan Cenderamata dari Tim PKM ke Pelaku UMKM Tembilahan

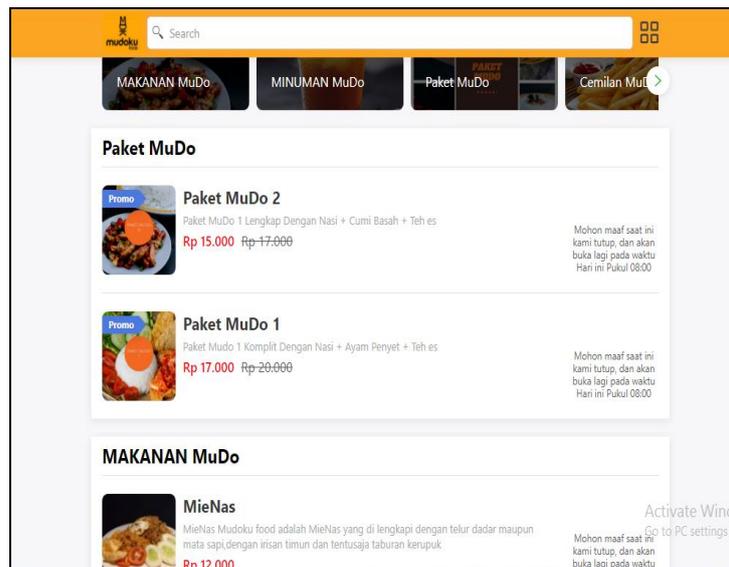
3) Monitoring dan Evaluasi

Karena kegiatan evaluasi dapat menggunakan data yang disediakan oleh kegiatan pemantauan, evaluasi terkait erat dengan kegiatan pemantauan. Kegiatan evaluasi harus menjadi unsur yang tidak terpisahkan dari perencanaan kegiatan sehingga dapat disebut sebagai kegiatan yang utuh. Tujuan evaluasi adalah untuk memantau dan mengawasi pencapaian tujuan. Berdasarkan temuan monitoring dan asesmen di UMKM Kabupaten Tembilahan.



Gambar 7. Kegiatan Monitoring dan Evaluasi Sistem E-Commerce

Berikut merupakan tampilan menu utama dari hasil website E-Commerce yang telah dibuat untuk menampilkan produk makanan yang ditawarkan pada UMKM Mudokufood Tembilahan



Gambar 8. Halaman Utama Website E-Commerce Mudokufood.my.id

Gambar 8. Halaman menu utama pada *Website E-Commerce Mudokufood Tembilahan* menampilkan menu makanan yang ditawarkan, ada beberapa menu makanan maupun minuman dan tersedia juga paket lengkap gabungan makanan dan minuman semua tersedia informasi dari harga sehingga memudahkan konsumen untuk memilih dan memesan makanan yang diinginkan, adapun contoh tampilan menu yang tersedia pada *Website E-Commerce Mudokufood Tembilahan* dapat dilihat pada Gambar 9



Gambar 9. Tampilan Produk di *Website E-Commerce Mudokufood.my.id*

Gambar 9 diatas menjelaskan tampilan produk menu yang ingin dipesan, konsumen bisa melakukan pemesanan dengan mengklik tombol Tambah yang tersedia pada menu. Konsumen langsung diarahkan ke langkah berikutnya dengan mengisi data pemesan, adapun tampilan data *check out* dapat dilihat pada gambar 10



Gambar 10. Tampilan *CheckOut* Pada Website *E-Commerce Mudokufood.my.id*

Gambar 10 diatas menampilkan proses data *CheckOut* yang ada pada *website* Mudokufood yang berfungsi untuk memperoleh data pesanan yang telah dilakukan.



Gambar 11. Tampilan *Invoive* yang Langsung Terhubung ke Admin Toko

Gambar 11 diatas adalah tampilan *invoive* yang langsung diterima oleh admin toko setelah konsumen melakukan pemesanan. Tolak ukur berikut menunjukkan keberhasilan pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini:

- a. Sikap dan aktivitas positif peserta pelatihan
Pengamatan terhadap reaksi peserta dan kegiatan pelatihan selama pelatihan menunjukkan bahwa mereka cukup aktif bertanya dan terlihat antusias mengikuti pelatihan.
- b. Peningkatan keterampilan peserta setelah mendapatkan pelatihan
Keterampilan peserta diamati selama pelatihan melalui penyediaan modul pelatihan yang memberikan langkah-langkah rinci untuk informasi tentang blogging.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi dari permasalahan diatas, dapat disimpulkan bahwa keberadaan *Website E-Commerce* UMKM Mudokufood Tembilahan dapat membantu memperluas pemasaran barang-barang makanan sekaligus juga mudah diakses bagi masyarakat Tembilahan. *Website E-Commerce* UMKM Mudokufood Tembilahan ini dapat mempermudah pemesanan, pemilihan produk, dan informasi lainnya bagi pelanggan. *Website E-Commerce* UMKM Mudokufood Tembilahan ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan produk makanan, hal ini dapat terlihat dari peningkatan penjualan dan pemesanan setiap harinya.

SARAN

Dari pembuatan *Website E-Commerce* UMKM Mudokufood Tembilahan, berikut ini ada beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan promosi dan penjualan serta untuk meningkatkan kualitas sistem dimasa yang akan datang diantaranya yaitu:

- 1) Perlu adanya pengembangan pada desain tampilan agar lebih menarik sehingga dapat lebih banyak memikat minat pelanggan.
- 2) Perlu adanya penambahan fasilitas lain yang mendukung fungsionalitas *website*, sehingga konsumen akan terus mengunjungi *website* dengan kata lain jika sering masuk *website* maka kemungkinan untuk belanja pun semakin tinggi.
- 3) Pembayaran yang tidak hanya melalui transfer antar bank tetapi dapat juga melalui *paypal* dan kartu kredit.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Indragiri yang sudah memungkinkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat diselenggarakan dengan baik dan di UMKM Mudokufood Tembilahan yang sudah berkenan turut berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136.
- I Made Adi Pranata, G. S. D. (2018). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(1), 15–18.
- 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>
- Jaidan, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159–168.
- Mumtahana, Hani Atun, Nita, S., & Tito, A. W. (2017). khazanah informatika Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*, 3(1), 6–15. <http://journals.ums.ac.id/index.php/khif/article/view/3309/2784>