

PELATIHAN *WEBSITE E-BUSINESS* UNTUK UMKM USAHA KULINER PADA AYAM GEPREK SEKAWAN TEMBILAHAN

Dwi Yuli Prasetyo¹, Fitri Yunita², Asniati Bindas³, Samsudin⁴, Muhammad⁵

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

⁵ AMIK Mahaputra Riau

*e-mail: dwiyuliprasetyo@gmail.com, fitriyun@gmail.com, asniatibindas@gmail.com, samsudin_as_ad@yahoo.co.id, muhammadjailani090888@gmail.com

Abstrak

Pelatihan *E-Business* bisnis kuliner untuk UMKM dalam hal sistem informasi pelayanan dilatarbelakangi oleh kemajuan di bidang teknologi, mendukung perkembangan teknologi internet sehingga mendukung perkembangan bisnis. Penjual tidak perlu mengalami kesulitan dalam penjualan karena dapat dilakukan secara *offline* maupun *online*. Penjualan secara *online* diharapkan dapat meningkatkan pendapatan usaha. Layanan ini untuk mengetahui seberapa besar pendapatan yang diperoleh Ayam Geprek Sekawan setelah menggunakan sistem penjualan *E-Business* dan untuk mengetahui gambaran pengaruh *E-Business* terhadap peningkatan pendapatan usaha Ayam Geprek Sekawan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelatihan UMKM, Wawancara, dan Dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah total pendapatan dari memulai usaha sampai sekarang dan 61 konsumen dan sampel adalah pendapatan 9 bulan sebelumnya. Menggunakan *E-Business* dan 9 bulan setelah menggunakan *E-Business* dan 61 konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-Business* dengan Pendapatan Usaha Ayam Geprek Sekawan. Untuk meningkatkan kemampuan menggunakan *Website E-Business* diharapkan peserta dapat menggunakan komputer dan memahami cara mengatasi kesalahan sistem.

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

Abstract

Culinary business E-Business training for MSMEs in terms of service information systems is motivated by advances in technology, supporting the development of internet technology so as to support business development. The seller does not need to have difficulty in selling because it can be done offline or online. Online sales are expected to increase business income. This service is to find out how much income Ayam Geprek Sekawan gets after using the E-Business sales system and to describe the effect of E-Business on increasing the business income of Ayam Geprek Sekawan. The research method used is descriptive quantitative, data collection techniques used in this study are MSME training, interviews, and documentation. The population in this study is the total income from starting a business until now and 61 consumers and the sample is the income of the previous 9 months. using E-Business and 9 months after using E-Business and 61 consumers. So it can be concluded that there is a significant influence between E-Business and the Geprek Sekawan Chicken Business Income. To improve the ability to use the E-Business website, participants are expected to be able to use a computer and understand how to solve system errors.

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

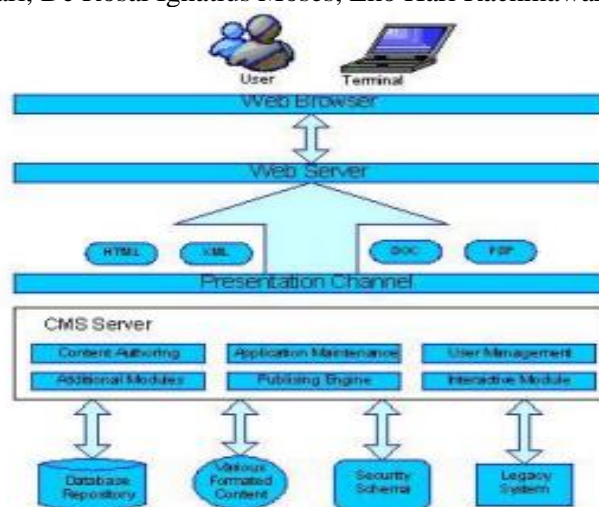
PENDAHULUAN

Salah satu makanan pokok masyarakat Indonesia adalah jenis makanan yang diolah dari Unggas. Ayam merupakan makanan yang umum dijumpai sebagai menu makan keluarga hampir disemua kalangan ekonomi atas maupun bawah. Bahkan menu unggas ini juga digemari oleh semua umur karena rasanya yang enak serta nutrisi yang baik pada olahan daging unggas ini. Dilihat dari konsumsi masyarakat secara umum, daging unggas khususnya ayam merupakan jenis bahan olahan yang dikonsumsi sebagai menu harian di meja makan keluarga maupun di rumah makan pada umumnya. Sekarang ini yang dibutuhkan masyarakat bukan hanya sembarang makanan dari unggas saja tetapi juga kualitas rasa dan sajiannya (Setia & Kumalawati, 2018).

E-business adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh organisasi, individu, atau pihak-pihak terkait untuk menjalankan dan mengelola proses bisnis utama sehingga dapat memberikan keuntungan dapat berupa berupa keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimasi, efisiensi,

atau/dan peningkatan produktivitas dan profit. Bisnis merupakan kegiatan penjualan barang atau jasa yang melibatkan konsumen secara perorangan atau sekelompok orang agar tercapainya transaksi yang diharapkan. Bisnis dapat dilakukan dengan banyak cara salah satunya dengan menggunakan *website* (Wibowo, 2016).

Website adalah sebuah media presentasi *online* untuk sebuah perusahaan atau individu. *Website* juga dapat digunakan sebagai media penyampai informasi secara *online*. Sebuah *Website* statik, adalah salah satu bentuk *website* yang isi didalam *website* tersebut tidak dimaksudkan untuk di *update* secara berkala, dan biasanya dimaintain secara manual oleh beberapa orang yang menggunakan *software editor* (Wardhana, 2015). *Content Management System* (CMS) sebagai *software* yang digunakan untuk menambah dan atau mengelola *content* dari *website*. CMS adalah suatu sistem yang digunakan untuk mengelola dan memfasilitasi proses pembuatan, pembaharuan, dan publikasi *content* secara bersama (*colaboration content management*). *Content* mengacu pada informasi dalam bentuk teks, grafik, gambar, maupun dalam format-format lain yang perlu dikelola dengan tujuang memudahkan pembuatan, pembaharuan, distribusi, pencarian, analisis, dan meningkatkan fleksibilitas untuk ditramformasikan dalam bentuk lain. Terminologi CMS sendiri cukup luas, diantaranya mencakup *software* aplikasi, *database*, arsip, *workflow*, dan alat bantu lain yang dapat dikelola sebagai bagian dari mekanisme jaringan informasi suatu perusahaan maupun global. Jadi, *Content Management System* (CMS) adalah sebuah sistem yang dapat membuat, mengatur, medistribusikan, mempublikasikan dan menjaga informasi perusahaan atau institusi, dimana admin tidak harus mengetahui tag HTML untuk menjalankannya. Penggunaan CMS juga bermacam-macam, berikut diantaranya (a) Mengelola *website* pribadi atau lebih dikenal dengan blog, (b) Mengelola *website* perusahaan/bisnis, (c) Portal atau *website* komunitas, (d) Galeri foto, dan lain sebagainya, (e) Forum, (f) Aplikasi *E-Commerce*, dll. Secara umum, arsitektur CMS digambarkan seperti Gambar 1 (Ajib Susanto, Christy Atika Sari, De Rosal Ignatius Moses, Eko Hari Rachmawanto, 2020)



Gambar 1. Arsitektur *Content Management System*(CMS)

Foodpress adalah sebuah produk baru dari *WordPress* yang akan menampilkan potongan-potongan (*snippet*) dari blog yang memuat tentang posting yang berhubungan dengan makanan dan masakan, baik itu *review* makanan, minuman, resep masakan, apapun deh pokoknya berhubungan dengan acara makan-makan. Potongan artikel tersebut jika diklik, langsung akan diarahkan ke blog yang memuat artikel tersebut. *WordPress* sendiri bekerja sama dengan *Federated Media* untuk membuat *FoodPress* tetap hidup. Tiap harinya, *FoodPress* akan menampilkan potongan artikel yang berhubungan dengan makanan dan masakan, agar orang dapat melakukan eksplorasi di dunia makan-makan (Siti Aisyah, Rizky Amelia, Ika Sabrina, 2021). Oleh karena itu, meskipun kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini hanya berupa pelatihan pembuatan *website e-commerce* namun produk UMKM Ayam Geprek sangat terbantu dengan adanya pelatihan ini. Berdasarkan produk olahan ayam geprek juga, produk UMKM ini berbeda dengan makanan olahan unggas lainnya serta ingin mengembangkan terobosan yang sudah ada sesuai dengan zaman sekarang yang lebih *modern*. Namun tujuan utama dari kegiatan PKM ini adalah kecintaan FTIK UNISI sebagai pelopor membangun kemajuan UMKM di Tembilahan. Untuk itu Tim PKM FTIK UNISI ingin menunjukkan kepada masyarakat tembilahan sekitar bahwa dengan adanya perancangan pembuatan *website e-*

commerce ini dapat membantu UMKM untuk lebih meningkatkan penjualan dan menjangkau pelanggan lebih jauh lagi.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif selain penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan ayam geprek sekawan yang berjumlah 3 orang di Jalan Pekan Arba Tembilahan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian lapangan dengan mengumpulkan data secara langsung yang menjadi objek penelitian dengan metode (a) Observasi, (b) Wawancara, (c) Kuisisioner (Muhammad Susilo, Rezki Kurniati, 2018).

Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (Pradiani, 2018) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Proses pengambilan keputusan selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan

1. Kekuatan (*Strength*)
 - a) Kekuatan produk
 - 1) Produk yang disukai oleh semua kalangan,
 - 2) Kemasan produk yang menarik,
 - 3) Variasi produk yang unik namun tetap enak
 - b) Harga
 - 1) Harga yang terjangkau
 - c) Promosi
 - 1) Biaya promosi yang sangat murah bahkan tidak mengeluarkan biaya
 - 2) Strategi promosi yang sangat efektif untuk UMKM menjangkau konsumen
 - d) Saluran distribusi
 - 1) Proses pembuatan yang mudah
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - a) Produk
 - 1) Pesaing dengan jenis produk yang hampir sama
 - 2) Mudah ditiru oleh pesaing karena belum memiliki Hak Paten pada usahanya
 - 3) Jumlah SDM yang terbatas
 - 4) Kandungan minyak pada ayam geprek yang bisa menyebabkan kolesterol
 - 5) Bahan baku yang tidak tahan lama
 - b) Harga
 - 1) Kondisi keuangan pada bisnis ini akan mengalami penurunan jika tidak menetapkan strategi harga dengan baik
 - c) Promosi
 - 1) Kurang inovasi dalam memperkenalkan produk pada calon konsumen lain yang berada jauh dari lokasi
 - d) Saluran distribusi
 - 1) Tempat usaha yang yaitu rumahan, belum mempunyai toko
 - 2) Lokasi berada ditempat terbuka
3. Peluang (*Opportunities*)
 - a) Produk
 - 1) Konsumsi olahan ayam di Indonesia setiap harinya terus bertambah seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk
 - 2) Memungkinkan untuk melakukan peningkatan SDM dengan konsep *business to business*
 - 3) Produk yang sudah dikenal banyak oleh kalangan mahasiswa
 - 4) Peningkatan pendapatan di daerah indragiri hilir memungkinkan bisnis ini terus eksis
 - 5) Bahan baku yang mudah didapat
 - 6) Kesempatan berwirausaha di Indonesia terbuka lebar
 - 7) Pertumbuhan pasar yang terus meningkat
 - b) Harga
 - 1) Harga yang mampu bersaing dengan pesaing dengan variasi produk yang ditawarkan

- 2) Modal sedikit
- c) Promosi
 - 1) Menciptakan strategi *e-commerce* dari pelanggan potensial
- 4. Ancaman (*Threat*)
 - a) Produk
 - 1) Pesaing dengan produk sejenis
 - 2) Ancaman produk pengganti jika ayam langka
 - b) Harga
 - 1) Harga ayam potong yang terus melonjak
 - c) Promosi
 - 1) Teknologi yang semakin berkembang akan berdampak pada paska pembelian terhadap produk melalui *e-promoting* yang *negative* / ulasan *negative* dari kosumen.

Pendekatan pelatihan yang terorganisir digunakan untuk melaksanakan latihan PKM ini. Materi kuliah dan topik diskusi dalam kegiatan PKM ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada peserta tentang internet dan potensi perdagangan *online*. Cara membuat blog dengan nama domain. Selanjutnya, fokus belajar bagaimana membangun *website* atau blog hanya secara *online*. Penyiapan pelaku UMKM untuk mandiri dalam kegiatan pemasarannya merupakan langkah selanjutnya dalam kegiatan PKM ini. Mengembangkan pengetahuan dan keterampilan untuk menggunakan komputer dan jaringan internet sambil menawarkan 1 (satu) bulan dukungan (pengarahan) di bidang promosi bisnis melalui *e-commerce* sangat penting. Untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan yang direncanakan, pelaku UMKM berusaha melakukan evaluasi kegiatan dengan mengidentifikasi kriteria dan menetapkan indikator keberhasilan sebagai berikut :

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: <ul style="list-style-type: none"> a. Termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan komersial termasuk pemasaran <i>internet</i>. b. Mendorong pemilik bisnis untuk berperilaku profesional. c. 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-bussiness)</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk membantu masyarakat tertentu dalam berbagai upaya yang dapat membantu pertumbuhan sektor UMKM di Tembilahan. Sebagai wujud dharma bakti dan wujud kepedulian untuk berkontribusi aktif dalam meningkatkan kesejahteraan dan keberdayaan masyarakat luas, khususnya bagi masyarakat yang sedang mengalami kekurangan ekonomi, kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan upaya civitas akademika untuk meningkatkan kualitas manusia. Sumber daya yang ada di kabupaten Indragiri Hilir, antara lain memperluas wawasan, pengetahuan, dan keterampilan. Ringkasnya, Program Studi Sistem Informasi FTIK UNISI membuat program ini untuk secara nyata meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat setempat,

khususnya di Kabupaten Indragiri Hilir. Salah satu syarat dari Tridharma Perguruan Tinggi adalah setiap dosen mengikuti kerja sukarela.

1) Identifikasi Masalah

Dengan kata lain, identifikasi masalah adalah proses yang dapat dianggap sebagai tahap penting di antara fase proses lainnya, dan identifikasi masalah adalah produk akhir dari identifikasi masalah atau inventaris masalah. Sebelum menyampaikan kegiatan, dilakukan tahap identifikasi masalah. Tujuan dari fase ini adalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM di Tembilahan. Tim Pengabdian Masyarakat mensurvei peserta saat pertemuan dengan Pemkab Tembilahan dan organisasi UMKM pada 3 September 2022. Mayoritas UMKM di Kabupaten Tembilahan masih memasarkan produknya secara konvensional, sesuai dengan situasi UMKM di sana. Banyak perusahaan belum mencoba *e-commerce* atau pemasaran internet. UMKM di Kecamatan Tembilahan masih bingung dengan tata cara pendaftaran aplikasi *e-commerce*. Selain itu, cara produk dikemas dan dicap masih jelek dan tidak menyenangkan.

2) Pelatihan dan Pendampingan

Hadir 10 orang, termasuk beberapa pekerja Kecamatan Tembilahan. Sebelum Tim PKM mengirimkan fotokopi setiap dokumen kepada pelaku usaha UMKM, peserta harus menandatangani daftar hadir. Tugas instruksional Program Studi Sistem Informasi UNISI termasuk melaksanakan proyek pengabdian masyarakat di bidang-bidang berikut:

Keterangan	Identifikasi Masalah	Pelatihan	Pendampingan	Monitoring & Evaluasi
Hari	Sabtu	Sabtu	Senin	Sabtu
Tanggal	29 Agustus 2022	3 September 2022	19 September 2022	10 Oktober 2022
Tempat	UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan	UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan	UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan	UMKM Ayam Geprek Sekawan 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-Bussiness</i> Ayam Geprek Sekawan Tembilahan Narasumber : 1) Dwi Yuli Prasetyo, M.Kom 2) Samsudin, M.Kom	Narasumber : 1) Asniati Bindas, MM 2) Muhammad, M.Kom	Narasumber : 1) Asniati Bindas.MM, 2) Fitri Yunita, M.Kom 3) Dwi Yuli Prasetyo, M.Kom 4) Samsudin, M.Kom 5) Muhammad, M.Kom
Jumlah Peserta	10 Orang	10 Orang	10 Orang	1 UMKM

Susunan acara pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

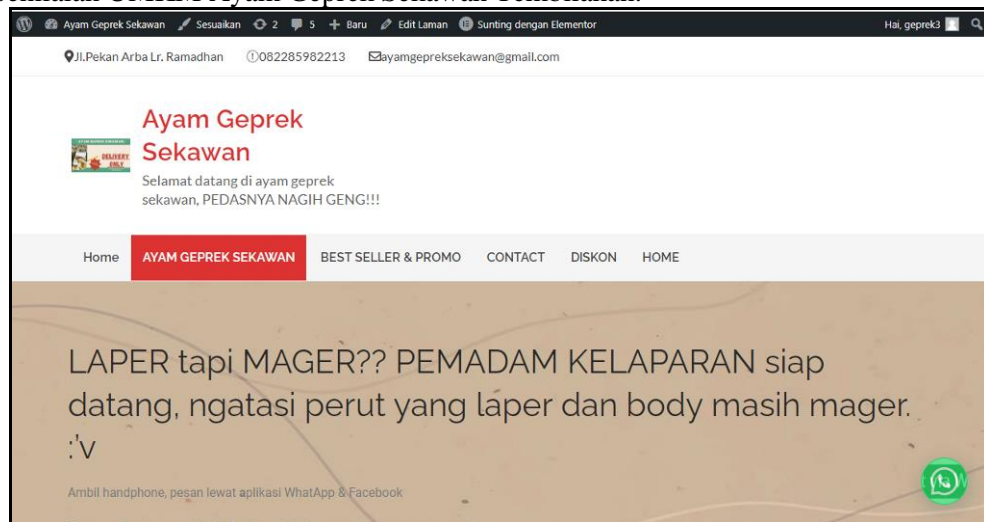
Waktu	Acara	Penanggung Jawab
12.30 - 13.00	Registrasi Peserta	Panitia
13.00 - 13.10	Pembukaan	MC

13.10 - 13.20	Sambutan Tim PKM FTIK UNISI	Dosen FTIK UNISI
13.20 - 13.30	Persiapan Pemaparan Materi	Panitia
13.30 - 14.00	Pemaparan Materi Strategi Pemasaran <i>Online</i> atau <i>e-Bussiness</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 Produk	Dosen FTIK UNISI Fitri Yunita, M.Kom
15.00 - 15.30	Pemaparan Materi Etika <i>E-Bussines</i>	Dosen FTIK UNISI Asniati Bindas, MM Muhammad, M.Kom
15.30 - 16.00	Tanya Jawab	Dosen FTIK UNISI
16.00 - 16.15	Penutupan	Panitia

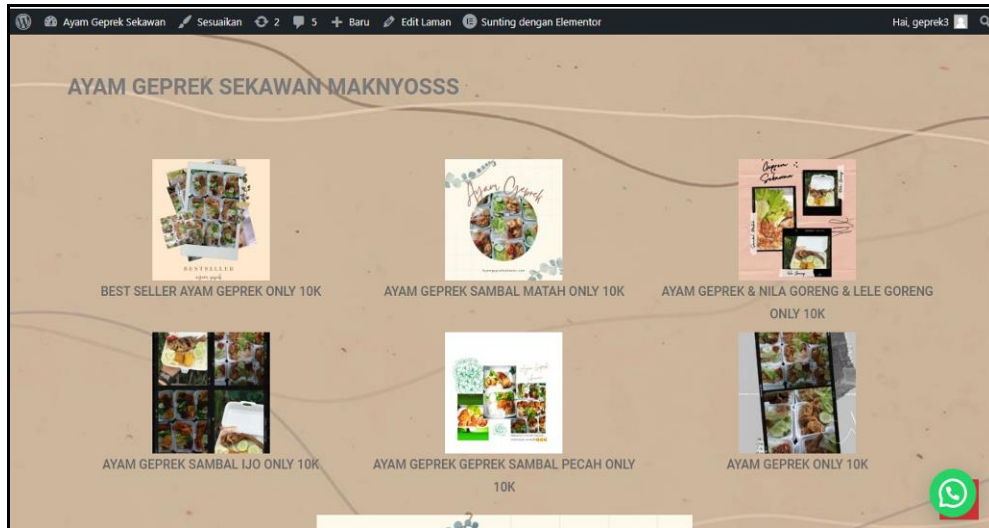
Sebagai bentuk apresiasi dan kerjasama antara FTIK UNISI dengan Kabupaten Tembilahan, FTIK UNISI menyerahkan kepada pemilik UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan berupa cinderamata berupa piagam FTIK UNISI di penghujung acara. Sebagai bentuk apresiasi dan kerjasama antara FTIK UNISI dengan Kabupaten Tembilahan, FTIK UNISI menyerahkan kepada pemilik UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan berupa cinderamata berupa piagam FTIK UNISI di penghujung acara.

3) Monitoring dan Evaluasi

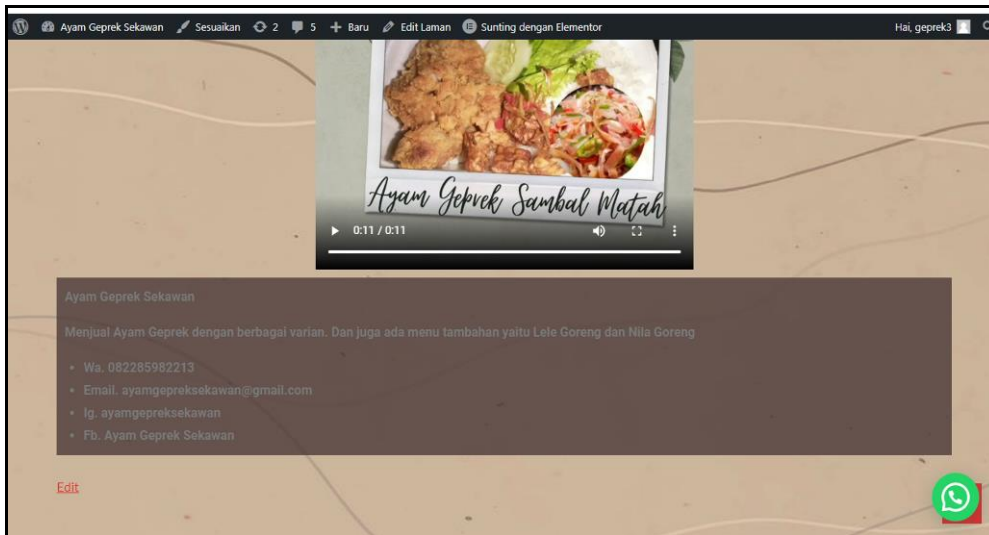
Kegiatan evaluasi dan pemantauan sangat erat kaitannya karena kegiatan evaluasi dapat memanfaatkan data dari kegiatan pemantauan. Agar suatu kegiatan dianggap selesai, kegiatan evaluasi harus menjadi komponen penting dari proses perencanaan kegiatan. Pemantauan pencapaian tujuan adalah tujuan evaluasi. berdasarkan hasil monitoring dan penilaian UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan.



Gambar 2. *Homepage* UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan



Gambar 3. Menu Website UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan



Gambar 4. Detail Menu Website UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan





Gambar 5. Proses Pengolahan Ayam Geprek Sekawan Tembilahan



Gambar 6. Monitoring & Evaluasi E-Bussiness Ayam Geprek Sekawan Tembilahan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat Dosen FTIK UNISI Tahun 2022, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Bagi para pelaku usaha di industri kreatif khususnya UMKM di Tembilahan, kegiatan tindak lanjut berupa pelatihan dan seminar sejenis selalu diagendakan secara berkala.
2. Hal ini dimaksudkan agar UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan dapat mempraktekkan ilmu yang telah diperoleh melalui pelatihan dan seminar ini, sehingga mereka dapat mengambil peran sebagai pelaku usaha yang membantu sektor industri kuliner berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi Tembilahan.

SARAN

Berikut beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan dari pengembangan *Website* Ayam Geprek dalam upaya mendongkrak iklan dan penjualan serta meningkatkan kualitas sistem ke depan, antara lain *Website* yang baru dibangun cukup lugas terutama dari segi tampilan, yang membuatnya cocok untuk pertumbuhan lebih lanjut dan penambahan konten yang lebih komprehensif agar bermanfaat bagi administrator dan pengguna situs *web*. Desain *website* ini dapat diperbaiki agar lebih interaktif, sehingga memudahkan pengguna dalam mencari dan menggunakan informasi yang mereka butuhkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada:

1. Universitas Islam Indragiri melalui LPPM yang telah memberikan bantuan administrasi pengabdian.
2. Dekan Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer UNISI yang telah memberikan persetujuan dan motivasi dalam terlaksananya kegiatan ini.
3. Dosen FTIK UNISI dan Dosen AMIK Mahaputra Riau yang telah mensukseskan kegiatan ini.
4. Pemilik UMKM Ayam Geprek Sekawan Tembilahan.
5. Berbagai pihak yang membantu dalam terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajib Susanto, Christy Atika Sari, De Rosal Ignatius Moses, Eko Hari Rachmawanto, I. U. W. M. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku*, 3(1), 42–51. <http://abdimasku.lppm.dinus.ac.id/index.php/jurnalabdimasku/article/download/64/45>
- Muhammad Susilo, Rezki Kurniati, K. (2018). Rancang Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall. *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika Dan Teknologi Jaringan)*, 2(2), 98–105. <https://doi.org/10.30743/infotekjar.v2i2.171>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Setia, L. D., & Kumalawati, L. (2018). Pendampingan Implementasi Aplikasi E- Commerce Sate Ayam Online Khas Ponorogo. *Dikemas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 13–19. <http://journal.pnm.ac.id/index.php/dikemas/article/download/280/144>
- Siti Aisyah, Rizky Amelia, Ika Sabrina, T. S. (2021). Perancangan Aplikasi E-Commerce Pada Toko Lili Dengan Penerapan Metode Waterfall. *Jurnal Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer Prima(JUSIKOM PRIMA)*, 5(1), 33–36. <https://doi.org/10.34012/jurnalsisteminformasidanilmukomputer.v5i1.1917>
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.
- Wibowo, E. A. (2016). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *Equilibiria*, 1(1), 95–108. <http://journal.unrika.ac.id/index.php/equi/article/view/222>