



Pemanfaatan Aplikasi Ecwid dalam Pengembangan Bisnis Produk Olahan Perikanan melalui E-commerce Berbasis Web

Alexander Simon Tanody¹, Melkianus Teddison Bulan^{1*}, Septinus Mendrofa¹

¹Agribisnis Perikanan, Politeknik Pertanian Negeri Kupang, Jl. Prof. Dr. Herman Johanes, Kel. Lasiana, Kec. Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur, Indonesia, 85228

*Email koresponden: melkianus.bulan@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received: 22 Mar 2025

Accepted: 02 Jun 2025

Published: 31 Jul 2025

Kata kunci:

Aplikasi Ecwid;

E-commerce;

Hasil perikanan;

Produk olahan;

UKM

ABSTRACT

Background: Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Panbers mengalami kesulitan dalam meningkatkan volume penjualan produk olahan hasil perikanannya. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini untuk memberikan solusi, pemahaman, serta kemampuan praktis dalam mengoperasikan aplikasi Ecwid berbasis web untuk meningkatkan volume penjualan UKM. **Metode:** Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah CBPR (*Community Based Participatory Research*), sebagai bentuk kegiatan pengabdian berbasis penelitian yang mendorong komunitas berpartisipasi aktif dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi sebagai alat untuk mengumpulkan data. **Hasil:** Terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra secara signifikan dalam mengoperasikan aplikasi Ecwid untuk pemasaran produk, yang mana sebelum pelatihan data menunjukkan bahwa semua anggota UKM belum mampu menggunakan aplikasi Ecwid berbasis web. Namun setelah kegiatan pengabdian, terjadi peningkatan level pengetahuan dan keterampilan UKM Panbers yang dibuktikan dengan hasil evaluasi, dimana 100% anggota kelompok mampu menggunakan aplikasi Ecwid berbasis web. **Kesimpulan:** Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Program Studi Agribisnis Perikanan Politeknik Pertanian Negeri Kupang di UKM Panbers telah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengoperasikan aplikasi Ecwid untuk memasarkan produk olahan hasil perikanan.

ABSTRACT

Keywords:

E-commerce;

Ecwid App;

Fishery products;

Processed products;

SMEs

Background: Panbers Small and Medium Enterprises (SMEs) have difficulty in increasing the sales volume of processed fishery products. The purpose of this service activity is to provide solutions, understanding, and practical skills for operating the web-based Ecwid application, thereby increasing the sales volume of SMEs. **Method:** The method employed in implementing this service is CBPR (Community-Based Participatory Research), a research-based service activity that encourages active community participation through the use of questionnaires and documentation as data collection tools. **Results:** There was a significant increase in partner knowledge and skills in operating the Ecwid application for product marketing. Before training, the data indicated that SME members had not been able to utilize the web-based Ecwid application. However, after the service activity, there was an increase in the level of knowledge and skills of Panbers SMEs as evidenced by the evaluation results, where 100% of group members were able to use the web-based Ecwid application. **Conclusion:** Community Service Activities of the Kupang State Agricultural Polytechnic Fisheries Agribusiness Study Program at Panbers UKM have increased partners' knowledge and skills in operating the Ecwid application to market processed fishery products.



© 2025 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Kemajuan pada teknologi informasi membawa kemudahan dalam melakukan aktivitas belanja. Sebab konsumen dengan cepat memperoleh informasi mengenai produk maupun jasa yang akan dibeli. Adanya akses informasi yang cepat dan mudah, konsumen dapat membandingkan harga, membaca ulasan, dan mencari rekomendasi produk dari berbagai sumber, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih cerdas sebelum melakukan pembelian. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2021), pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia sangat pesat, dengan berbagai platform yang memfasilitasi transaksi online melalui website, media sosial, dan aplikasi mobile. Kemudahan dalam bertransaksi secara *online*, fleksibilitas metode pembayaran, serta berbagai promosi dan diskon yang ditawarkan oleh platform *e-commerce* semakin meningkatkan daya tarik belanja *online*. Menurut Bulan & Sukes (2020), konsumen memiliki minat untuk melakukan belanja *online* tentu dengan berbagai alasan, ada yang beralasan untuk melepas ruang dan waktu, terlalu repot, mencari diskon, lebih mudah membandingkan harga dan alasan keamanan. Selain itu, komunikasi dan transaksi dapat dilakukan secara langsung dan tanpa batasan waktu, serta bersifat global (Paranoan et al., 2022). Selanjutnya *e-commerce* juga berfungsi untuk memudahkan proses transaksi jual beli tanpa perlu mengunjungi lokasi fisik untuk berbelanja (Shalihah et al., 2022). Hal ini dengan sendirinya mengubah perilaku konsumen yang awalnya berbelanja secara *offline*, kini beralih ke berbelanja secara *online*.

Pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas, mempromosikan barang dan jasa, meningkatkan kesadaran merek, dan memudahkan pelaku usaha dalam menganalisis pasar untuk dapat berkembang pesat di masa yang akan datang ini belum diterapkan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) Panbers karena kurangnya keterampilan dalam hal pemasaran *online*, sehingga selama ini pemasaran masih dilakukan secara *offline* yang menyebabkan sepinya pelanggan yang berbelanja. Akibat pemasaran secara *offline*, produksi hanya dilakukan jika ada permintaan, sehingga siklus produksi cenderung berjalan lamban. Disamping itu, penjualan secara konvensional membuat produk UKM ini belum banyak dikenal orang. Padahal pemasaran melalui *online* dapat menjadi salah satu strategi dalam pemasaran olahan hasil perikanan. Selaras dengan pendapat Maylinda & Sari (2021), Strategi pemasaran *online* menjadi pilihan yang tepat untuk menghadapi persaingan di era digital. Hal ini karena melalui *online*, maka penyebaran informasi akan sangat mudah dijangkau secara luas (Haryati et al., 2025). Level kompetitif pada *marketing* layanan pusat terapis ABK juga tinggi sehingga memerlukan strategi pemasaran yang handal. Oleh karena itu, strategi pemasaran secara *online* dan media yang efektif diperlukan untuk mencapai target pasar, sehingga penjualan dapat terus tumbuh dan menghasilkan keuntungan. Usaha Kecil Menengah (UKM) perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang saat ini untuk menarik calon pelanggan potensial yang tepat, karena strategi digital *marketing* dianggap lebih praktis dan murah dibandingkan dengan strategi pemasaran tanpa menggunakan jaringan internet (Meilya et al., 2023).

Pentingnya perkembangan UKM karena UKM memainkan peran yang vital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong inovasi. Ada

hasil penelitian yang menunjukkan bahwa UKM memiliki kemampuan untuk bertahan dan beradaptasi selama krisis ekonomi karena struktur UKM yang lebih fleksibel dan biaya operasional yang lebih rendah (Cowling et al., 2020). Hasil penelitian Rahayu & Huda (2023) menyebutkan bahwa aplikasi *e-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM. Salah satu *e-commerce* yang digunakan dalam pemasaran produk adalah aplikasi Ecwid. Aplikasi Ecwid adalah platform *e-commerce* berbasis web yang memudahkan pebisnis kecil menjual produk dan jasa secara *online* dengan cara yang efisien. Platform ini memungkinkan integrasi toko *online* ke situs web, *blog*, atau media sosial seperti Facebook dan Instagram serta terhubung ke toko *online* lain seperti Amazon, sehingga membantu kelompok bisnis menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Keunggulan utama Ecwid adalah kemudahan penggunaannya, memungkinkan pengguna mengatur dan mengelola toko *online* tanpa memerlukan keahlian teknis. Pemanfaatan *e-commerce* berbasis teknologi informasi telah terbukti memberikan perubahan yang signifikan dan cepat terhadap masyarakat, baik dalam aspek ekonomi maupun pendidikan (Kumar & Singh, 2021).

Ecwid juga menawarkan fitur-fitur seperti manajemen inventaris, pengaturan pembayaran, dan opsi pengiriman yang fleksibel. Desain toko yang responsif dan dapat disesuaikan memastikan tampilan menarik di berbagai perangkat. Secara keseluruhan, Ecwid adalah solusi *e-commerce* praktis dan terjangkau bagi bisnis kecil yang ingin berkembang di dunia digital, memungkinkan fokus pada pengembangan produk dan layanan sambil menangani aspek teknis penjualan *online*. Penggunaan aplikasi Ecwid perlu diterapkan kepada mitra UKM di Sikumana melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Hal ini sebagai upaya untuk meningkatkan volume penjualan UKM karena teknik pemasaran yang dilakukan selama ini masih bersifat konvensional atau pemasaran *offline*, sehingga minim pelanggan. Oleh sebab itu, pengenalan penggunaan aplikasi Ecwid untuk meningkatkan penjualan produk hasil olahan UKM melalui *e-commerce* berbasis web perlu dilakukan. Tujuan dari pelatihan ini untuk memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan praktis serta pendampingan langsung dalam mengoperasikan aplikasi Ecwid berbasis web pada kelompok usaha UKM Panbers.

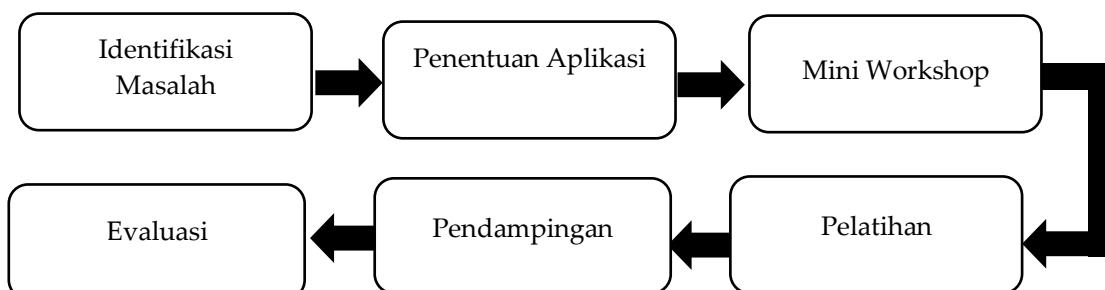
MASALAH

Kelompok mitra menghadapi masalah dan tantangan yang relevan dalam upaya mengembangkan bisnis produk olahan perikanan. Salah satu isu utama adalah kurangnya akses dan pemahaman mengenai teknologi *e-commerce*, yang menghalangi mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara daring. Selama ini, kelompok mitra menjual hasil olahan perikanannya secara langsung ke rekan kerja, keluarga, kenalan, serta kerabat yang ada di sekitar tempat produksi kelompok mitra. Hal ini menyebabkan bahan baku yang sudah dibeli dari pemasok tidak dapat diolah dalam jumlah banyak. Sehingga menyebabkan biaya penyimpanan terus meningkat namun pendapatan yang diterima rendah. Oleh karena itu, kebutuhan utama mitra adalah adanya solusi yang praktis dan mudah digunakan untuk membantu kelompok mitra membangun toko online yang profesional dan dapat diandalkan, guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk olahan perikanan di era digital. Target dari pemanfaatan aplikasi ecwid ini adalah untuk mengatasi masalah tersebut dengan menyediakan platform *e-commerce* berbasis web yang dapat diadopsi oleh mitra sebagai alat untuk

pengembangan bisnis yang efektif, sekaligus memenuhi kebutuhan digitalisasi pemasaran produk perikanan yang selama ini menjadi kendala dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan pendapatan mitra.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah CBPR (*Community Based Participatory Research*). Community-Based Participatory Research (CBPR) adalah pendekatan yang menempatkan masyarakat sebagai mitra dalam penelitian, dengan tujuan untuk menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan melalui kolaborasi dan partisipasi aktif (Wang et al., 2021). Menurut Ranjan & Read (2021), pengabdian berbasis penelitian tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat hubungan antara akademisi dan komunitas dengan mendorong kolaborasi dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi. Hal ini sejalan dengan pandangan Bhandari (2022) yang menyatakan bahwa partisipasi aktif dari komunitas dalam kegiatan pengabdian dapat meningkatkan efektivitas program dan memastikan bahwa solusi yang diusulkan relevan dengan kebutuhan lokal. Kegiatan ini diawali dengan tahap identifikasi masalah, melalui pertemuan dengan mitra untuk mendiskusikan tentang jenis produk yang hasilkan, teknik pemasaran yang telah diterapkan serta tantangan yang dihadapi. Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini terdiri dari empat orang Dosen Program Studi Agribisnis Perikanan, Ketua Kelompok UKM, dan empat anggota kelompok UKM. Dosen yang berpartisipasi memiliki kriteria multidisiplin ilmu, sementara perwakilan anggota kelompok UKM hadir adalah mereka yang dapat memberikan informasi yang jelas dan relevan terkait masalah yang dihadapi oleh UKM.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan pengabdian

Setelah masalah teridentifikasi, dirumuskan aplikasi yang tepat untuk ditawarkan kepada mitra sebagai solusi. Langkah selanjutnya dilakukan mini *workshop* dengan tujuan untuk menyampaikan apa saja kegiatan yang akan dilakukan termasuk jenis aplikasi yang akan diterapkan. Melalui *workshop* tersebut juga diperoleh informasi terkait harga, spesifikasi produk dan gambar produk untuk kepentingan penyiapan aplikasi Ecwid.

Kegiatan selanjutnya adalah Pelatihan Penggunaan Aplikasi Ecwid. Materi yang disajikan dan dipraktikkan meliputi teknik membuat akun Ecwid dan cara pengoperasiannya. Selama pelatihan, diberikan tes di sesi awal dan akhir untuk mengukur pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi Ecwid berbasis web. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang dirancang untuk mengukur pengetahuan awal serta mengevaluasi pengetahuan dan keterampilan partisipan terkait pemanfaatan aplikasi Ecwid dalam pengembangan bisnis produk olahan perikanan melalui *e-commerce* berbasis *web*. Kuesioner ini terdiri dari beberapa

bagian terkait dengan pemahaman tentang fitur-fitur Ecwid, keterampilan praktis dalam penggunaannya, dan penerapan pengetahuan serta keterampilan tersebut dalam konteks bisnis. Setiap pernyataan dalam kuesioner dinilai menggunakan skala *Likert*, yang memungkinkan partisipan untuk menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap pernyataan yang ada. Kemudian menggunakan wawancara yang dilakukan secara tidak terstruktur. Dengan menggabungkan data dari kuesioner dan wawancara, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai tingkat pengetahuan dan keterampilan partisipan terhadap penggunaan Ecwid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat merupakan salah satu bagian dari tridarma perguruan tinggi yang wajib dilakukan oleh setiap dosen dalam sebuah perguruan tinggi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Program Studi Agribisnis Perikanan Politeknik Pertanian Negeri Kupang ini sebagai upaya untuk mempromosikan *brand*, produk, serta meningkatkan penjualan dari UKM Panbers.

Aplikasi Ecwid dipilih untuk mempromosikan *brand*, produk, serta meningkatkan penjualan dari UKM Panbers karena dinilai memiliki keunggulan dibandingkan dengan aplikasi lain yaitu dapat diakses secara web maupun memiliki aplikasi yang bisa diakses memalui play store, menawarkan kombinasi biaya rendah, kemudahan penggunaan, fleksibilitas penjualan, dan fitur *e-commerce* yang kuat, serta dapat terhubung dengan berbagai platform media sosial. Aplikasi ini merupakan salah satu e-katalog yang menyediakan layanan website *online* pembuatan katalog produk yang berisi informasi produk atau jasa, spesifikasi harga, jenis produk dari penjual. Hal ini karena e-katalog penjualan berbasis Web Mobile dibangun dengan bahasa pemrograman PHP menggunakan MySQL sebagai database aplikasi. Interface aplikasi dibangun berbasis Web Mobile yang dapat mempermudah pelanggan untuk mengetahui jelas tentang produk seperti informasi harga, spesifikasi produk serta fitur produk sesuai informasi yang dimiliki produk aslinya ([Zulfauzi, 2021](#)).

Guna memastikan pelatihan tepat sasaran, maka terlebih dahulu dilakukan pertemuan dengan kelompok UKM Panbers melalui kegiatan Mini *Workshop* untuk menjelaskan maksud serta tahapan apa saja yang akan dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan UKM Panbers agar semakin dikenal konsumen. Hal ini juga bertujuan agar kelompok UKM dapat mempersiapkan diri mengikuti setiap tahapan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan baik. Kegiatan ini dihadiri oleh mahasiswa dan beberapa orang dosen.

Kegiatan persiapan aplikasi Ecwid dilakukan bertujuan agar aplikasi yang hendak diperkenalkan pada mitra tersedia dengan baik. Hal-hal yang dipersiapkan meliputi pembuatan domain, input gambar, harga, dan deskripsi produk. Kegiatan ini turut melibatkan mahasiswa agar memiliki pengalaman praktis untuk diterapkan di masyarakat. Pada tahap ini, semua ide dan gagasan dari dosen maupun mahasiswa diakomodir guna memantapkan substansi materi pelatihan. Kegiatan tambahan dalam persiapan aplikasi ini berupa pembuatan akun *Facebook* dan *Instagram* karena kedua fitur ini terhubung dengan aplikasi Ecwid, sehingga nantinya akan memudahkan UKM dalam memperluas jangkauan promosi.



Gambar 2. Foto Bersama dalam Kegiatan Mini Workshop



Gambar 3. Persiapan Aplikasi Ecwid

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pemanfaatan aplikasi Ecwid dihadiri dari kelompok UKM Panbers, POS (*Point of Sales*) Kupang, Hubungan Masyarakat Politani Kupang, aparatur kelurahan, Dosen, dan perwakilan mahasiswa dari setiap angkatan.



Gambar 4. Foto Bersama Kelompok UKM Panbars

Saat penyampaian materi dan praktik, kelompok UKM sangat bersemangat dan terjadi interaksi aktif oleh kelompok. Hal ini karena pelatihan ini dirancang secara efektif dan efisien, sehingga peserta dapat memahami serta menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam berusaha.

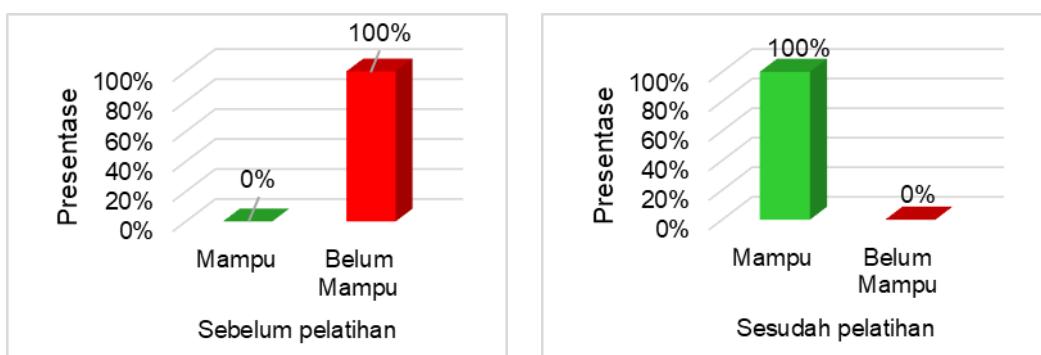
Gambar 5. memperlihatkan bahwa kelompok serius dalam mengikuti setiap tahap dalam mempraktikan cara pembuatan toko *online* menggunakan Ecwid berbasis web. Dalam pelatihan ini, anggota kelompok diajarkan cara membuat domain, input gambar, harga, dan deskripsi produk yang menarik. Menurut Smith & Jones (2021) menyatakan bahwa pelatihan sebagai proses pendidikan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan individu dalam waktu yang relatif singkat, dengan fokus pada praktik langsung daripada teori.



Gambar 5. Interaktif Kelompok UKM Panbers

Tahapan selanjutnya setelah dilakukan pelatihan adalah kegiatan pendampingan yang dilakukan secara *online* maupun langsung ke lokasi. Sundari et al. (2022), pendampingan termasuk pemberdayaan masyarakat dengan menempatkan tenaga pendamping yang berperan sebagai fasilitator, komunitor, dan dinamisator yang menentukan keberhasilan program perberdayaan masyarakat. Dalam tahap pendampingan, kelompok diberikan buku panduan cara menggunakan aplikasi Ecwid. Pendampingan kelompok mitra dilakukan setelah kegiatan pelatihan selesai, hal ini guna membiasakan mitra dalam mengaplikasikan hasil pelatihan secara mandiri. Selain itu, sebagai cara untuk terus melatih peserta agar mahir dalam mengoperasikan aplikasi. Kegiatan pendampingan dilakukan kurang lebih selama satu bulan.

Kegiatan evaluasi merupakan bagian akhir dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian. Menurut Patton (2020), evaluasi tidak hanya berfungsi untuk mengukur efektivitas suatu program, tetapi juga untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana program tersebut dapat ditingkatkan dan disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Hal ini sejalan dengan pendapat Scriven (2021) yang menyatakan bahwa evaluasi yang baik dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih informasional dan strategis. Selain itu, evaluasi juga membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut (Fitzpatrick et al., 2021). Oleh karena itu, kegiatan ini dilaksanakan untuk mengukur sejauh mana perubahan pengetahuan dan keterampilan sebelum dan setelah pengabdian dilakukan. Tahap evaluasi terhadap kelompok UKM Panbers melalui kuisioner untuk mengukur kemampuan akhir dalam mengoperasikan aplikasi Ecwid setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan.



Gambar 6. Tingkat Pemahaman Kelompok UKM Panbers sebelum dan sesudah pelatihan

Data pada [Gambar 6](#). menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra secara signifikan dalam mengoperasikan aplikasi Ecwid untuk pemasaran produk. Sebelum pelatihan, seluruh anggota UKM belum mampu menggunakan Ecwid. Setelah kegiatan pengabdian, terjadi peningkatan level pengetahuan dan keterampilan UKM Panbers yang dibuktikan dengan hasil evaluasi, dimana 100% anggota kelompok mampu menggunakan aplikasi Ecwid

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Program Studi Agribisnis Perikanan Politeknik Pertanian Negeri Kupang di UKM Panbers telah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengoperasikan aplikasi Ecwid untuk memasarkan produk olahan hasil perikanan. Dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh, kelompok UKM diharapkan dapat terus menerapkan dan mengembangkan pemanfaatan aplikasi Ecwid berbasis web untuk meningkatkan penjualan. Dengan demikian, bisnis olahan hasil perikanan yang dijalankan dapat berkembang dan menjadi usaha yang mampu membuka lapangan kerja baru. Pertumbuhan bisnis ini tidak hanya akan meningkatkan pendapatan individu, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan daerah, sehingga tercipta dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat dan perekonomian daerah secara keseluruhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan limpah terima kasih kepada Direktur Politeknik Pertanian Negeri Kupang melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) atas pengalokasian anggaran untuk pelaksanaan kegiatan PkM Program Studi Agribisnis Perikanan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhandari, R. (2022). The Role of Community Participation in Research-Based Service Projects. *International Journal of Educational Research*, 112, 101-110.
- Bulan, M. T., & Sukes. (2020). Analysis of the Effect of Service Quality, Price, and Perceptions of Risk Online Shopping Against Purchase Interest In E-commerce Customers PT. Matahari Department Store Tbk Kupang Branch. *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 45–64, DOI: <http://dx.doi.org/10.25139/ekt.v4i1.2657>.
- Cowling, M., Liu, W., & Zhang, N. (2020). In the Post-Crisis World, Did Debt and Equity Markets Respond Differently to High-Tech Industries and Innovative Firms?. *International Small Business Journal Researching Entrepreneurship*, 39(7), DOI: [10.1177/0266242620947281](https://doi.org/10.1177/0266242620947281).
- Fitzpatrick, J. L., Sanders, J. R., & Worthen, B. R. (2021). *Program Evaluation: Alternative Approaches and Practical Guidelines*. 4th ed. Boston, MA: Pearson.
- Haryati, R. S., Husain, R., Fadly, F., & Ma'rifah, D. R. (2025). Pengembangan Startegi Marketing Pusat Green Teraphy Indonesia Timur. *Jurnal SOLMA*, 14(1): 1098–1108.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Laporan Perkembangan E-commerce di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Perdagangan.

- Kumar, R., & Singh, A. (2021). The Impact of *E-commerce* on Economic Development and Education: A Review. *Journal of Business Research*, 124, 123–130. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.045>
- Maylinda, S., & Sari, I. P. (2021). Optimalisasi Integrated Digital Marketing dalam Strategi Pemasaran UMKM Imago RAW Honey. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 7(4), 521–533.
- Meilya, P. M. S., Silviana., Fiqia., & Burhan, U. (2023). Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Makanan dan Minuman Khas Gresik. *Seminar Nasional dan Pariwisata*, 248–497. <https://doi.org/10.36441/snlpk.vol2.2023.156>.
- Paranoan, N., Askikarno, C., & Sau, M. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Produk Kuliner di Makassar. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 4(1), 61–77.
- Patton, M. Q. (2020). *Utilization-Focused Evaluation*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Rahayu, L., & Huda, I. Al. (2023). *E-commerce* sebagai Media untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemik Covid 19 di Kalimantan Selatan. *Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 150–175.
- Ranjan, A., & Read, S. (2021). Community Engagement through Research-Based Service Learning: A Framework for Action. *Journal of Community Engagement and Scholarship*, 14(1), 45–58.
- Scriven, M. (2021). *Evaluation Thesaurus*. 5th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Shalihah, B. S., Imtihani, O. M. L., Wulandari, T., Hidaya, R., & Prayoga, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie (Studi Kasus pada Mahasiswa di Lampung). *Jurnal Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi E-BISMA*, 3(2), 85–93. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v3i2.735>
- Smith, J., & Jones, A. (2021). The Role of Training in Skill Development: A Practical Approach. *International Journal of Training and Development*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.1111/1468-2419.12245>
- Sundari, S., Suryani., Suwarni, P.E, Evadianti, Y., & Suharto. (2022). Pendampingan Nelayan Skip pada Penerapan Metode Budidaya Kerang Hijau yang Tepat di Bumi Waras Bandar Lampung. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1) , 4–10 .
- Wang, C., Yi, L., & Zhang, Y. (2021). Community-Based Participatory Research: A Transformative Approach to Addressing Health Disparities. *Journal of Community Health*, 46(3), 456–465. <https://doi.org/10.1007/s10900-021-00945-3>
- Zulfauzi. (2021). Perancangan Aplikasi E-Catalog Penjualan FIF Group Cabang Lubuklinggau. *JUTIM: Jurnal Teknik Informatika Musirawas*, 6(1), 61–71.