
PENINGKATAN KOMPETENSI WIRAUSAHA BERBASIS E-COMMERCE DI KALANGAN PELAKU USAHA KELURAHAN RUMBAI

Sonia Sischa Eka Putri¹, Fatimah Zuhra², Ilham Chanra Putra³

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Sonia.sischa@uin-suska.ac.id¹, Fatimah.zuhra@uin-suska.ac.id²

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin canggih menjadikan bisnis harus berkembang dengan baik dan mengikuti perkembangan zaman. Persaingan bukanlah menjadi hal yang jarang ditemui, karena dengan adanya persaingan maka perusahaan dapat mengusahakan yang terbaik dalam menjalankan usahanya. Wirausaha sebagai penggerak ekonomi dalam pelaksanaan pertumbuhan pembangunan Indonesia dinilai mampu mengurangi tingkat pengangguran dengan adanya lapangan pekerjaan. Kondisi ini dapat dilihat dari berbagai data empiris yang menyebutkan bahwa eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia dengan total 8,71 juta unit usaha pada tahun 2022. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk memberikan penguatan dalam persaingan bisnis bagi para wirausahawan melalui media e-commerce di Kelurahan Rumbai. Metode yang digunakan pada Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Riset Berbasis Komunitas (Community Based Research) yang merupakan riset kolaboratif dengan maksud sebagai media yang menyatukan berbagai macam pihak terkait untuk tujuan bersama, mengatasi dan Menyelesaikan persoalan kompleks yang ada. Melalui workshop dan pelatihan, para wirausahawan rotan di Kelurahan Rumbai dapat meningkatkan pemahaman tentang media sosial sebagai salah satu tempat perdagangan yang berdampak baik untuk usaha. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta pada materi yang diajarkan dalam workshop. Respon peserta terhadap kegiatan ini sangat positif, dengan harapan untuk keberlanjutan kegiatan pengabdian dengan pendalaman materi dan pelatihan lanjutan.

Kata Kunci: E-commerce, Kompetensi, Wirausaha

Abstract

The development of increasingly sophisticated technology means that businesses must develop well and keep up with the times. Competition is not something that is rarely encountered, because with competition, companies can try their best in running their business. Entrepreneurship as an economic driver in implementing Indonesia's development growth is considered capable of reducing the unemployment rate by providing employment opportunities. This condition can be seen from various empirical data which states that the existence of MSMEs is quite dominant in the Indonesian economy with a total of 8.71 million business units in 2022. Community service activities are carried out to provide strengthening business competition for entrepreneurs through e-commerce media in Rumbai Village. The method used in this community service uses the Community Based Research method, which is collaborative research with the aim of being a medium that brings together various related parties for common goals, overcoming and Resolving existing complex problems. Through workshops and training, rattan entrepreneurs in Rumbai Village can increase their understanding of social media as a trading venue that has a good impact on business. The evaluation results showed an increase in participants' understanding of the material taught in the workshop. The participants' response to this activity was very positive, with hopes for the continuation of service activities with in-depth material and further training.

Kata Kunci: E-commerce, Competence, Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perdagangan Elektronik atau E-Commerce perdagangan elektronik adalah bagian dari e-lifestyle yang transaksi perdagangannya dilakukan secara online dari segala aspek (Akbar & Alam, 2020) dan dengan kata lain sebagai proses bisnis dengan penggunaan teknologi elektronik yang menciptakan hubungan langsung komponen bisnis seperti konsumen, masyarakat dan produsen, kemudian terjadi pertukaran/penjualan barang dan jasa dalam suatu transaksi secara elektronik. Pemanfaatan e-commerce secara maksimal tentu akan berkontribusi yang besar bagi pesatnya perekonomian di suatu daerah dan berdampak pada kemakmuran masyarakat atau penduduk di daerah tersebut. Pengenalan sistem E-commerce ini sudah banyak dilakukan oleh berbagai media akan tetapi kurangnya pengetahuan masyarakat tentang E-commerce itu sendiri kurang diminati dikarenakan pengetahuan yang masih kurang memadai. Tidak seperti di negara lain, perdagangan menggunakan media sosial lebih diminati oleh penduduk Indonesia dimana sesuai data yang ada menunjukkan 40% dari seluruh penjualan e-commerce di Indonesia merupakan kontribusi dari penjualan media sosial. Fakta ini juga menyebutkan bahwa pemain e-commerce belum sepenuhnya masuk ke pasar Indonesia.

Kesempatan usaha yang terbuka lebar dapat memberikan pemasukan yang tinggi baik bagi Negara maupun pelaku usaha, ini menjadi kesempatan emas yang amat sangat sayang jika dilewatkan, para pelaku usaha dapat memberikan dampak positif terhadap penerimaan Negara dan meningkatkan pemasukan Negara melalui perdagangan secara online. Namun kenyataan dilapangan sangat berbeda. dari pantauan beberapa UMKM yang menjadi sasaran tim pengabdian di temukan masih banyaknya pelaku usaha UMKM yang belum mengetahui dan memiliki media perdagangan online, masih minimnya aspek pengetahuan, praktik dan teknis dalam memulai bisnis dengan media e-commerce. Media e-commerce masih kurang digeluti dan kurang mendapat perhatian dari para pelaku usaha karena merasa bahwa perdagangan online lebih susah dipraktikkan. Pada akhirnya seluruh media perdagangan online yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Temuan tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ketua perkumpumpulan usahawan rotan di Kelurahan Rumbai, beliau mengatakan bahwa pemahaman terhadap perdagangan online dan tata kerjanya masih

sangat dibutuhkan dikarenakan masih minimnya usahawan rotan yang bergelut dimedia perdagangan online atau e-commerce. Minimnya pengetahuan akan e-commerce menjadi salah satu diantara beberapa indikator yang mengakibatkan tidak berjalan dengan baiknya perdagangan online pada pelaku usaha di Kelurahan Rumbai. Hal ini tentu menjadi sebuah lubang besar yang mengakibatkan tidak terserapnya secara maksimal pendapatan dan perkembangan usaha dari para usahawan. Berlatar hal tersebut maka tim pengabdian merancang kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait e-commerce kepada para pelaku usahawan rotan di Kelurahan Rumbai.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kurnia ulah, a. z., dkk (2021) semua orang adalah wirausaha dalam artian bahwa mereka bisa berdiri sendiri baik itu menjalankan usahanya maupun pekerjaannya untuk mencapai tujuannya secara pribadi, keluarganya, masyarakat, bangsa dan negaranya. Sedangkan menurut Wagino, dkk (2022) kewirausahaan ialah upaya kreatif yang dibingkai berlandaskan inovasi untuk memproduksi suatu hal yang baru, mempunyai nilai plus, menyumbang faedah, mewujudkan lapangan kerja dan hasil yang diproduksi atau dibuatnya bermanfaat untuk orang lain. Kemudian Suryana dalam (Sinulingga & Nawawi, 2022) menyebutkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan nilai di pasar dalam berbagai cara baru melalui proses sumber daya.

Hal ini juga menjadikan kewirausahaan dapat membantu menciptakan banyak kesempatan kerja kebutuhan dan memberikan pelayanan kepada konsumen yang berbeda dan meningkatkan Persaingan di dunia usaha. Definisi e-commerce adalah proses di mana konsumen definisi e-commerce adalah proses dimana konsumen membeli serta menjual produk secara elektronik, Dengan menggunakan computer digunakan sebagai perantara untuk transaksi komersial antar perusahaan. E-commerce memungkinkan individu dan pengguna internet perusahaan untuk melakukan kegiatan bisnis melalui berbagai cara efisien dan bertransaksi secara online tidak bertemu secara fisik. (Hasibuan et al.,2022). Media E-commerce merupakan wadah besar yang mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dapat dijalankan melalui sistem elektronik dan jaringan internet, e-commerce

merupakan jasa yang diberikan dari para pemilik web, aplikasi dan perdagangan online lainnya untuk mensupport usaha dan perdagangan menjadi lebih efektif dan .Ecommerce dan kegiatan yang terkait melalui internet dapat menjadi penggerak untuk memperbaiki ekonomi domestik melalui liberalisasi jasa domestik dan mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global. Karena e-commerce akan mengintegrasikan perdagangan domestik dengan perdagangan dunia, berbagai bentuk pembicaraan atau negosiasi tidak hanya akan terbatas dalam aspek perdagangan dunia, tetapi bagaimana kebijakan domestik tentang pengawasan di sebuah negara, khususnya dalam bidang telekomunikasi, jasa keuangan, dan pengiriman serta distribusi. Secara garis besar e-commerce adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui Internet.

E-commerce juga menggunakan standar teknologi yang digunakan sendiri, umumnya digunakan dalam transaksi bisnis-ke-bisnis. Beberapa diantara yang sering digunakan adalah: a. Electronic Data Interchange (EDI), b. Open Buying on the Internet (OBI), c. Open Trading Protocol (OTP), d. Open Profiling Standard (OPS), e. Secure Socket Layer (SSL) f. Secure Electronic Transaction (SET), g. Truste. Selain standar tersebut e-commerce juga dibagikan menjadi beberapa kategori:

a. Business to Business (B2B)

Informasi hanya dipertukarkan dengan partner bisnis yang sudah saling dipercaya. Pertukaran data (data exchange) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, servis yang digunakan sudah tertentu.

b. Business to Consumer (B2C)

Business to Consumer eCommerce memiliki karakteristik Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan ke umum. Servis yang diberikan bersifat umum (generic) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Servis diberikan berdasarkan permohonan (on demand). Konsumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.

c. Perdagangan Kolabratif (collaborative commerce).

Dalam c-commerce, para mitra bisnis berkolaborasi tidak hanya membeli atau menjual tapi keduanya secara elektronik. Kolaborasi semacam ini seringkali terjadi antara dan dalam mitra bisnis di sepanjang rantai pasokan.

d. **Consumer to consumer (C2C).**

Dalam C2C seseorang menjual produk atau jasa ke orang lain. Dapat juga disebut sebagai pelanggan ke pelanggan yaitu orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain. Lelang C2C.

e. **Consumer to Business (C2B).**

Dalam C2B konsumen memeritahukan kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu kurangnya pemahaman dalam menggunakan e-commerce. Maka dirancang langkah-langkah pemecahan masalah dengan metode berikut:

1. Metode Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Riset Berbasis Komunitas (Community Based Research) yang merupakan riset kolaboratif dengan maksud sebagai media yang menyatukan berbagai macam pihak terkait untuk tujuan bersama, mengatasi dan menyelesaikan persoalan kompleks yang ada. Langkah-langkah Riset Berbasis Komunitas adalah sebagai berikut: Peletakan prinsip dasar dengan prinsip co - construction, yaitu mendengarkan dan belajar dari masyarakat dengan cara menghargai kontribusi pemikiran masyarakat. Perencanaan, yaitu merancang siapa yang akan terlibat dalam pengabdian berdasarkan lokasi pengabdian. Pengumpulan dan Analisis Data dan Aksi atas Temuan yaitu mengambil tindakan atas kejadian yang terjadi di lapangan dengan memberikan solusi.

2. Rancangan Evaluasi

Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan, sehingga dapat dilakukan penyempurnaan jika ditemui kekurangan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui, apakah terdapat peningkatan pemahaman para wirausahawan terkait materi e-commerce secara konsep, praktek dan teoritis. Rancangan evaluasi ini

dilaksanakan dengan metode tes menggunakan instrumen berupa pretest, posttest dan praktek. Pretest dilakukan di awal kegiatan pengabdian untuk mengetahui kemampuan awal kemampuan para usahawan, sedangkan posttest diberikan di diakhir kegiatan pengabdian untuk mengetahui peningkatan pemahaman wirausahawan, tahap terakhir adalah mempraktekan langsung kedalam wadah e-commerce melalui beberapa aplikasi. Selain itu, kuesioner digunakan untuk melihat respon peserta terhadap kegiatan pengabdian.

3. Rancangan dan Jadwal Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini direncanakan dalam 3 tahap pelaksanaan, yaitu: a) Tahap perencanaan Pada tahap ini dilakukan beberapa kegiatan, yaitu: a) Membentuk tim pengabdian dan penyusunan proposal; b) Melakukan survei pendahuluan. Dalam survei pendahuluan dilakukan wawancara dengan beberapa orang pelaku usaha dan ketua perhimpunan UMKM; c) Menyusun materi workshop sesuai kebutuhan-kebutuhan para pelaku usahawan dilingkungan Kelurahan Rumbai; dan d) Menyusun instrumen tes untuk evaluasi kegiatan. b) Tahap pelaksanaan Pada tahap ini dilakukan kegiatan pengabdian dengan metode workshop. Kegiatan workshop dibagi beberapa kegiatan, yaitu: a) Memberikan pretest dengan instrumen tes yang sudah disusun sebelumnya; b) Penjelasan materi secara konsep dan teoritis; c) mempraktikkan secara langsung dalam wadah e-commerce; d) Memberikan posttest dengan instrumen yang sama dengan pretest dan menyebarkan kuesioner. Kuesioner bertujuan untuk mengetahui pendapat peserta mengenai kegiatan pengabdian sehingga diperoleh informasi terkait ketercapaian tujuan.

4. Pasca pelaksanaan

Pasca pelaksanaan pengabdian dilakukan refleksi berdasarkan hasil evaluasi dan diskusi dengan para wirausahaan untuk merencanakan program lanjutan atau rancangan tindak lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab dan kewajiban dosen terhadap masyarakat dengan memberikan ilmu, masukan dan arahan kepada masyarakat yang tertuang dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada para

wirausahawan di Kelurahan Rumbai dengan memberikan peranan penting dalam meningkatkan dan memperkuat kompetensi, pemahaman dan praktik perdagangan online melalui kegiatan diskusi dan pelatihan. Para wirausahawan di kelurahan rumbai masih membutuhkan pengetahuan, aplikasi dan praktik dalam menggunakannya, sehingga pelatihan dan workshop terkait perdagangan online akan sangat membantu para wirausahawan guna meningkatkan pemahaman akan sangat bermanfaatnya perdagangan online ini. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan Setelah terjalin kesepakatan antara tim pengabdian dengan para wirausahawan di kelurahan Rumbai pada 24 September 2023 dan 1 oktober 2023 bertempat di Rumah dagang Rotan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan pengumpulan data awal yang bertujuan untuk mengumpulkan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan, khususnya pengetahuan dasar para usahawan terkait e-commerce dan penekanan materi yang akan diberikan. Kegiatan tersebut dilakukan melalui diskusi dengan Para usahawan rotan terkait di Kelurahan Rumbai. Menindaklanjuti pertemuan tersebut, para usahawan bersama tim mendiskusikan materi sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan para pelaku usaha kelurahan rumbai, yaitu materi terkait e-commerce, alat dan aplikasi, proses penginputan barang dagang dengan media, proses penjualan, pengiklanan usaha dan keterampilan dalam menjual barang dagang secara online. Lebih lanjut tim peneliti menyusun instrument tes yang nantinya digunakan sebagai bahan evaluasi dari kegiatan yang dilakukan. Pelaksanaan Kegiatan pengabdian dilakukan 1 (satu) hari penuh, yakni pada hari minggu tanggal 8 Oktober 2023 yang bertempat di rumah dagang rotan. Kegiatan ini dihadiri oleh 32 orang anggota usahawan rotan di Kelurahan Rumbai. Adapun susunan acara pelaksanaan penguatan pemahaman dan aplikasi e-commerce adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Susunan acara workshop penguatan pemahaman materi

Waktu	Kegiatan
08.00 – 08.30	Pembukaan
08.30 – 09.00	<i>Pre-test</i>
09.00 – 11.30	Penyampaian materi
11.30 – 12.30	Praktik
12.30 – 13.30	Ishoma
13.30 – 15.30	Diskusi
15.30 – 16.30	<i>Post-test</i> dan penyebaran kuesioner
16.30	Penutup

Narasumber didampingi anggota pengabdi menyampaikan materi e-commerce dan cara menggunakannya dalam berdagang. Narasumber terlebih dahulu menjelaskan terkait pengetahuan dasar e-commerce yang dituangkan dalam power point yang sudah dibuat berdasarkan kebutuhan, kemampuan dasar dan disusun berdasarkan hasil diskusi sebelumnya dengan perwakilan usahawan. Pada laman ini tersedia berbagai macam jenis e-commerce, penggunaannya dan dampak atau impact dari berjualan online.



Gambar 2. Penyampaian Materi E-Commerce

Lebih lanjut dilakukan demonstrasi pembuatan akun dagang pada media e-commerce (shopee, tokopedia, lazada, dll). Dalam proses ini juga diberikan praktik langsung setiap wirausahawan dalam membuat dan menjual produknya. Penekanan dalam proses pelatihan ini lebih kepada praktik agar setiap usahawan bisa langsung terjun ke dunia e-commerce. Selanjutnya pemateri dan peserta juga berkesempatan untuk saling sharing dan berdiskusi terkait permasalahan yang dihadapi oleh para usahawan selama ini.



Gambar 3. Proses pembuatan akun dan penjualan barang dagang

Setelah penyampaian materi dilakukan diskusi dan tanya jawab yang dipandu oleh tim pengabdian dengan harapan para usahawan dapat menggunakan e-commerce dalam berdagang. Dalam diskusi ini kalangan pelaku usaha menyampaikan pandangannya berdasarkan pengalaman e-commerce selama ini. Poin penting dari pandangan para usahawan tersebut adalah kurang pemahannya dalam mempromosikan produk, menggunakan berbagai aplikasi, dan pengiriman dengan ekspedisi. Disatu sisi pemahaman dasar tentang e-commerce sendiri masih belum maksimal, rendahnya pemahaman dikarenakan masih minimnya pengetahuan dan tidak adanya tempat berdiskusi. Dalam diskusi ini diperoleh sebuah rumusan bahwasanya dalam proses e-commerce ini sangat dibutuhkan praktik langsung dalam penggunaannya.

Hasil Kegiatan Pengabdian

Setelah kegiatan diskusi, penyampaian materi dan praktik penggunaan e-commerce, setiap usahawan telah memiliki ilmu dan dapat mempraktikkan langsung berjualan melalui e-commerce. Hal ini didukung dengan sudah dimilikinya akun e-commerce, sudah mengupload barang dan terjun langsung dalam bertransaksi secara online. Hal ini menjadi dampak positif yang didapatkan secara langsung oleh para pelaku usaha rotan di Kelurahan Rumbai.

Kegiatan pengabdian ini diakhiri sesi foto bersama dengan beberapa peserta bersama dengan tim pengabdian.



gambar 4. foto bersama seluruh peserta dan tim pengabdian masyarakat

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam judul peningkatan "Peningkatan kompetensi wirausaha berbasis e-commerce dikalangan pelaku usaha Kelurahan Rumbai" telah memberikan hasil yang positif dalam meningkatkan pemahaman dan kompetensi serta praktik dari para pelaku usaha. Hasil tersebut terlihat dari evaluasi kegiatan berupa post test yang menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta workshop pada berbagai materi yang disampaikan. Selain itu, kesempatan diskusi dan saling berbagi pengalaman antara tim pengabdian dan para usahawan juga memberikan nilai tambah dalam kegiatan ini. Para usahawan mengungkapkan keinginan untuk mendapatkan pelatihan lanjutan dan dukungan lebih dalam penjualan produk dan pengiklanan. Harapan ini menandakan antusiasme mereka dalam meningkatkan keterampilan dan kemampuan dalam berdagang melalui media e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E - COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Desmaryani, S. (2018). *Wirausaha dan Daya Saing*. Deepublish.
- Insana, D. R. M., Suseno, I., & Yolanda, Y. (2022). *Minat Wirausaha Mahasiswa Berbasis Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi Covid 19. Sosio E-Kons*, 14(1), 45-53.
- Hasan, M., Roslan, A. H., Hendrayani, E., Sudirman, A., Sitaniapessy, R. H., Basoeky, U., ... & Wardhana, A. (2021). *Kewirausahaan*. Media Sains Indonesia.
- Hasibuan, A. N., Laksono, R., Ardiyanty, R., & Aprilia, H. (2022). Pelatihan E-Commerce Sebagai Upaya Pembekalan Keterampilan Wirausaha Dan Penguatan Umkm Bagi Masyarakat Jagakarsa, Jakarta. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 3(1), 61-69. <https://doi.org/10.55192/teratai.v3i1.382>
- Jurnal, J., & Bhakti, A. (2022). Di jaman moderen saat ini dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat , persaingan di dunia bisnis menjadi semakin ketat . Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan . Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan , yaitu si.3(2), 123-129.
- Kurnia Ulah, A. Z., Simarmata, H. M. P., Sari, A. P., Sisca, S., Mardia, M., Lie, D., ... & Fajrillah, F. (2021). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.

-
- Nursani, Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8, 1–14.
- Pemasaran, M., & Dki, E. D. I. (2021). ISSN : 2746-6507. 2 (1), 34–41.
- Purnaningrum, E., Rafikayati, A., & Dyatmika, S. W. (2022). Peningkatan Profitabilitas Wirausaha Disabilitas di Era Digital dengan Ketrampilan Desain Produk dan Pemasaran pada E-Commerce. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 32. <https://doi.org/10.30651/aks.v6i1.4006>
- Sinulingga, C. P., & Nawawi, Z. M. (2022). Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha di Era Global. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1611–1617.
- Subekti, P., Hafiar, H., Prastowo, F. A. A., & Masrina, D. (2022). Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Pengenalan dan Pelatihan Kewirausahaan di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 131–136. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.408>
- Wahyuningsih, R., & Widyaningsih, S. (2022). *Pemberdayaan Berbasis E-Commerce Pada*. 2(1), 30–36