

Pelatihan E-Commerce Untuk Peningkatan Penjualan Hasil Tani Bagi Para Petani di Kecamatan Cikancung Kabupaten Bandung

Nuniek Dewi Pramanik^{1✉}, Wilma Zuarko Adji², Dwi Robiul Rochmawati³, Siti Insani⁴, Cecep Kurnia Sastradipraja⁵

^{1,2}Akuntansi Keuangan, Politeknik Piksi Ganesha, Bandung, Indonesia, 40274

³Teknik Komputer, Politeknik Pajajaran Insan Cinta Bangsa, Bandung, Indonesia, 40192

⁴Komputerisasi Akuntansi, Politeknik Piksi Ganesha, Bandung, Indonesia, 40274

⁵Manajemen Informatika, Politeknik Piksi Ganesha, Bandung, Indonesia, 40274

E-mail : ndpdewi0301@gmail.com ✉

Info Artikel:

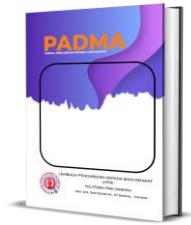
Diterima : 2 Agustus 2023

Diperbaiki : 7 Agustus 2023

Disetujui : 11 Agustus 2023

Keywords: Training, E-Commerce, Farmers, Cikancung

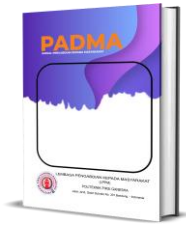
Abstract: Increasing sales of agricultural products is vital for farmers in Cikancung district of Bandung district as it can have a positive impact on their income and welfare. However, the challenges of generating higher sales are primarily faced by farmers in an increasingly competitive and global market. This PKM discusses an e-commerce based training program aimed at increasing sales of agricultural products for farmers in Cikancung district. This training methodology is designed to provide farmers with understanding and skills in using information technology and e-commerce platforms to expand market reach and improve the accessibility of their products. This training program focuses on several key aspects, including a basic understanding of ecommerce, how to use popular ecommerce platforms, online marketing strategies, inventory management, and order management and tracking. Interactive training, case studies and discussion groups are offered to farmers to help them understand these concepts and apply them on their farm. This program aims to increase farmers' confidence in using e-commerce technology so that they can more easily reach potential consumers, both locally and regionally. In addition, farmers are taught how to improve the quality and added value of their products so that they can compete with similar products in the online market. Evaluation and monitoring will be carried out at regular intervals to measure the impact of this training on



increasing sales of agricultural products by farmers. This monitoring aims to find solutions to overcome obstacles and challenges that can arise when implementing e-commerce strategies. Evaluation in the form of a questionnaire to PKM participants about the degree of satisfaction with e-commerce training activities. Out of 25 participants, 3 participants indicated that they were fairly satisfied, 16 participants indicated that they were satisfied and 6 participants indicated that they were very satisfied.

Kata Kunci : Pelatihan,
E-Commerce, Petani,
Cikancung

Abstrak : Peningkatan penjualan hasil tani merupakan hal krusial bagi para petani di Kecamatan Cikancung, Kabupaten Bandung, karena dapat berdampak positif pada pendapatan dan kesejahteraan mereka. Namun, tantangan dalam mencapai peningkatan penjualan terutama dihadapi oleh petani dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif dan global. PKM ini membahas tentang sebuah program pelatihan berbasis e-commerce yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan hasil tani bagi para petani di Kecamatan Cikancung. Metode pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada para petani dalam memanfaatkan teknologi informasi dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas produk mereka. Program pelatihan ini akan berfokus pada beberapa aspek penting, termasuk pemahaman dasar tentang e-commerce, penggunaan platform e-commerce yang populer, strategi pemasaran online, manajemen inventaris, serta pengelolaan dan pelacakan pesanan. Para petani akan diberikan pelatihan interaktif, studi kasus, dan sesi diskusi untuk membantu mereka memahami konsep-konsep tersebut dan mengaplikasikannya dalam bisnis mereka. Melalui program ini, diharapkan para petani dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menggunakan teknologi e-commerce, sehingga dapat dengan lebih mudah menjangkau konsumen potensial, baik di tingkat lokal maupun regional. Selain itu, para petani juga akan diajarkan tentang cara meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk mereka agar dapat bersaing dengan produk sejenis di pasar online. Evaluasi



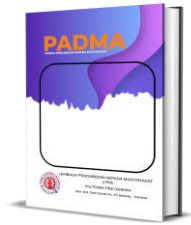
dan pemantauan akan dilakukan secara berkala untuk mengukur dampak dari pelatihan ini terhadap peningkatan penjualan hasil tani para petani. Dengan adanya pemantauan ini, diharapkan dapat ditemukan solusi untuk mengatasi kendala dan tantangan yang mungkin muncul dalam penerapan strategi e-commerce. Evaluasi berupa kuesioner kepada peserta PKM mengenai tingkat kepuasan kegiatan pelatihan e-commerce, dari 25 peserta, 3 peserta menyatakan cukup puas, 16 peserta menyatakan puas, dan 6 peserta menyatakan sangat puas.

Pendahuluan

E-commerce (electronic commerce) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan segala bentuk transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Dalam e-commerce, proses jual beli atau pertukaran barang, jasa, atau informasi dilakukan secara online melalui berbagai platform elektronik, seperti website, aplikasi, atau media sosial. E-commerce telah mengubah cara orang berbelanja dan berbisnis, karena memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara mudah dan nyaman dari rumah atau di mana pun selama terhubung dengan internet. Keberadaan e-commerce telah memberikan manfaat signifikan, seperti meningkatkan akses pasar bagi para pelaku bisnis, memungkinkan konsumen untuk membandingkan harga dan produk dengan mudah, serta memberikan kemudahan dalam proses pembayaran dan pengiriman barang. Namun, e-commerce juga membawa tantangan baru, seperti keamanan transaksi online dan persaingan yang semakin ketat di pasar digital.

E-commerce pertanian adalah bentuk e-commerce yang khusus berfokus pada transaksi jual beli produk-produk pertanian atau hasil tani melalui platform elektronik. Dalam konteks ini, e-commerce pertanian menghubungkan petani atau produsen pertanian dengan calon pembeli atau konsumen secara online, sehingga memungkinkan para pelaku pertanian untuk menjual produk mereka secara langsung ke pasar dengan lebih efisien dan mudah. E-commerce pertanian dapat melibatkan berbagai produk pertanian, termasuk hasil tanaman, daging, susu, produk olahan, sayuran, buah-buahan, biji-bijian, dan sebagainya. Platform e-commerce pertanian dapat berupa situs web khusus, aplikasi mobile, atau bahkan media sosial.

Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) melalui penyediaan fasilitas penjualan dan pembelian barang dan jasa secara daring adalah salah satu lompatan besar pemanfaatan TIK yang mampu mengubah pola kehidupan manusia dan membuat bisnis lebih kompetitif (Setiawan & Irawan, 2019). Ada tiga model



yang digunakan dalam kegiatan penyediaan fasilitas penjualan dan pembelian barang/jasa secara daring, yaitu (1) online shop, (2) e-commerce, dan (3) marketplace (Sandhusen, 2008; Shaw, Blanning, Strader, & Whinston, 2012). Marketplace merupakan sebuah situs jual beli yang memungkinkan pembeli untuk memilih produk yang diinginkan pada situs tersebut, dan dapat melakukan diskusi melalui chat yang tersedia mengenai detail produk yang diinginkan, kemudian melakukan transfer pembayaran sesuai harga yang telah ditetapkan oleh penjual, kemudian penjual mengirim pesanan kepada pembeli sesuai alamat yang dicantumkan.

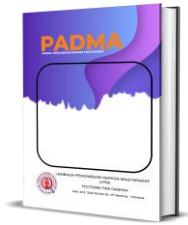
Dengan menggabungkan keunggulan e-commerce dengan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pertanian, petani dapat mencapai target pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi bisnis, dan meningkatkan hasil penjualan produk mereka secara signifikan. E-commerce menjadi sarana yang kuat untuk menghadapi tantangan pasar modern dan mencapai kesuksesan dalam bisnis pertanian.

Metode

Metode pelaksanaan dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat pada gambar 1. Kegiatan dilaksanakan selama 1 semester yang terdiri atas 5 tahapan yaitu berkoordinasi dengan mitra untuk pelaksanaan PKM, simulasi untuk kegiatan sosialisasi penerapan aplikasi e-Commerce papua tani berbasis web, pelatihan penggunaan aplikasi e-Commerce tani, evaluasi pelatihan penerapan IPTEK, dan pelaporan.



Gambar1. Metode pelaksanaan PKM E-Commerce



Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan berikut.

1. Mengkoordinasikan tim dengan petani di Cikancung untuk memberikan informasi tentang penerapan dan pelatihan aplikasi web e-commerce kepada petani. Sistem aplikasi e-commerce pertanian dikembangkan pada platform komersial seperti Tokopedia dan Shopee.
2. Sosialisasi kegiatan aplikasi e-commerce petani. Tujuan dari langkah ini adalah memberikan informasi, pengetahuan, tujuan, manfaat, dan skenario bisnis secara online menggunakan aplikasi e-commerce pertanian berbasis web.
3. Melatih dan mendukung petani untuk mempraktekkan penggunaan aplikasi e-commerce dalam pemasaran produk pertanian secara online. Karena banyak petani yang tidak tahu cara menjual barang secara online, banyak pertanyaan dan diskusi. Jadi kelompok berlatih pelan-pelan, langkah demi langkah memasukan hasil produk ke komputer online sampai paham, kelompok praktik melihat hasil produk yang dijual secara online, banyak mata kuliah teknis yang menjadi pedoman praktik bagi petani untuk mengikuti pelatihan kegiatan.

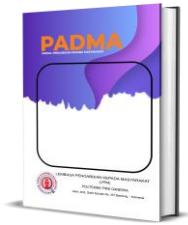
Melakukan evaluasi kegiatan pengabdian untuk mengukur keberhasilan penerapan aplikasi e-commerce tani dalam melakukan pemasaran secara online. Setelah itu menyusun laporan akhir kegiatan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

A. Materi Pembahasan

E-commerce memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan hasil penjualan produk petani. Berikut adalah beberapa alasan mengapa e-commerce menjadi kunci dalam peningkatan penjualan produk petani:

1. Akses ke Pasar yang Lebih Luas: E-commerce memungkinkan petani untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar lokal, regional, dan bahkan internasional. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, produk petani dapat diakses oleh calon pembeli dari berbagai wilayah tanpa adanya batasan geografis.
2. Mengurangi Ketergantungan pada Perantara: Dalam model distribusi tradisional, petani seringkali harus melibatkan banyak perantara untuk mencapai konsumen akhir. Dengan e-commerce, petani dapat menjual produk langsung ke konsumen tanpa perlu melibatkan banyak perantara, sehingga mereka dapat mengoptimalkan keuntungan dan harga jual produk.

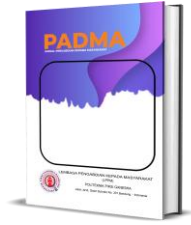


3. Pemasaran dan Promosi yang Efektif: E-commerce menyediakan berbagai alat pemasaran dan promosi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas produk petani. Strategi pemasaran digital seperti iklan online, media sosial, dan email marketing dapat membantu menarik perhatian konsumen potensial.
4. Diversifikasi Produk dan Inovasi: E-commerce memungkinkan petani untuk diversifikasi produk yang ditawarkan. Mereka dapat menciptakan produk olahan atau produk dengan nilai tambah lainnya untuk memenuhi permintaan pasar yang beragam.
5. Transparansi dan Kepercayaan Konsumen: Dengan e-commerce, petani dapat memberikan informasi lengkap tentang produk, proses budidaya, dan metode pengolahan. Ini membantu membangun kepercayaan konsumen terhadap produk petani dan memastikan transparansi dalam bisnis.
6. Analisis Data dan Pelacakan Kinerja: E-commerce menyediakan data analitik yang mendalam tentang perilaku konsumen, penjualan, dan performa produk. Informasi ini dapat membantu petani dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan mengidentifikasi tren pasar.
7. Kemudahan Pembayaran dan Pengiriman: E-commerce mempermudah proses pembayaran dengan berbagai metode pembayaran yang fleksibel. Selain itu, proses pengiriman produk dapat diatur dengan lebih efisien dan tepat waktu.
8. Penggunaan Teknologi Pertanian yang Lebih Canggih: E-commerce memacu petani untuk mengadopsi teknologi pertanian yang lebih canggih, seperti sistem irigasi otomatis, monitoring tanaman berbasis sensor, atau teknologi pengolahan pascapanen. Integrasi teknologi ini dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk.

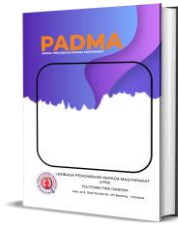
Dengan menerapkan metode pengabdian kepada masyarakat seperti di atas, pelatihan e-commerce dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat dalam meningkatkan pemahaman tentang e-commerce dan membantu mereka meningkatkan penjualan serta akses pasar bagi hasil produksi atau bisnis mereka.

Materi e-commerce untuk hasil tani dapat mencakup berbagai aspek penting yang relevan dalam memperkenalkan dan mengimplementasikan e-commerce dalam bisnis pertanian. Berikut adalah beberapa topik yang bisa dimasukkan dalam materi pelatihan e-commerce hasil tani:

1. Pengenalan E-commerce:
 - a. Definisi e-commerce dan bagaimana itu berfungsi.
 - b. Peran e-commerce dalam meningkatkan penjualan dan akses pasar bagi hasil tani.
 - c. Manfaat dan tantangan e-commerce dalam bisnis pertanian.



2. Platform E-commerce yang Populer:
 - a. Pengenalan berbagai platform e-commerce yang umum digunakan dalam bisnis pertanian, seperti marketplace atau toko online.
 - b. Kelebihan dan kekurangan masing-masing platform.
 - c. Cara memilih platform e-commerce yang sesuai dengan kebutuhan bisnis tani.
3. Strategi Pemasaran Online:
 - a. Pemasaran digital untuk produk pertanian.
 - b. Penggunaan media sosial untuk promosi dan membangun merek.
 - c. Strategi pemasaran konten untuk meningkatkan visibilitas produk pertanian.
4. Manajemen Inventaris:
 - a. Pengelolaan stok produk pertanian secara efisien.
 - b. Pentingnya melakukan pemantauan inventaris dan pengelolaan kebutuhan stok.
 - c. Penggunaan teknologi untuk memudahkan manajemen inventaris.
5. Pengolahan Pesanan dan Pengiriman:
 - a. Proses pengolahan pesanan secara online.
 - b. Pengaturan sistem pengiriman produk.
 - c. Memilih layanan logistik yang sesuai dan efisien.
6. Pengelolaan Keamanan Data:
 - a. Pentingnya menjaga keamanan data konsumen dan bisnis dalam transaksi e-commerce.
 - b. Upaya yang dapat diambil untuk menghindari potensi ancaman keamanan.
7. Penyesuaian dengan Tren Pasar:
 - a. Mengikuti tren pasar dalam bisnis pertanian.
 - b. Cara menyesuaikan produk dan strategi pemasaran dengan permintaan konsumen.
8. Pengenalan Teknologi Pertanian:
 - a. Integrasi teknologi pertanian yang canggih dalam e-commerce.
 - b. Manfaat teknologi pertanian dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil tani.
9. Pelacakan Kinerja:
 - a. Memonitor kinerja penjualan dan bisnis secara online.
 - b. Penggunaan analitik untuk memahami perilaku konsumen dan meningkatkan strategi pemasaran.



10. Etika Bisnis E-commerce:

- a. Prinsip etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis e-commerce hasil tani.
- b. Pentingnya mematuhi peraturan dan standar yang berlaku.

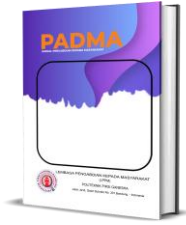
Materi e-commerce hasil tani ini dalam bentuk presentasi, modul pembelajaran, atau video tutorial yang interaktif. Selain itu, di dalam materi tersebut menyertakan studi kasus atau contoh nyata yang relevan dengan bisnis pertanian sehingga peserta pelatihan dapat lebih memahami dan mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh secara praktis.

B. Dokumentasi Kegiatan

Gambar 2 memperlihatkan kegiatan pelatihan e-commerce para petani di Cikancung kabupaten Bandung. Peserta diikuti oleh 25 petani di daerah Cikancung dibawah binaan koperasi Raharja.



Gambar 2. Dokumentasi kegiatan PKM Penyuluhan Petani di Cikancung

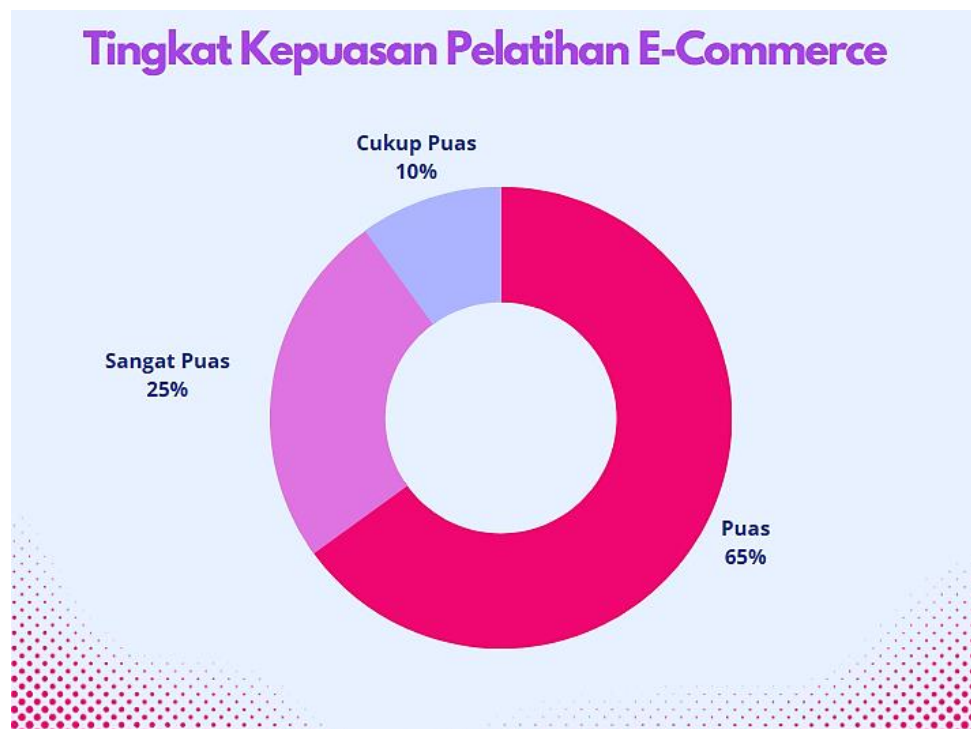


C. Hasil Pelatihan

Hasil pelatihan e-commerce hasil tani di Cikancung menunjukkan dampak yang positif bagi para petani dalam meningkatkan penjualan dan akses pasar bagi produk pertanian mereka. Berikut adalah beberapa hasil dan pembahasan dari pelatihan tersebut:

1. **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan:** Setelah mengikuti pelatihan, para petani di Cikancung telah meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep e-commerce, platform e-commerce yang populer, dan strategi pemasaran online. Mereka juga telah menguasai keterampilan dalam mengelola inventaris, memproses pesanan, dan menggunakan teknologi pertanian yang relevan.
2. **Diversifikasi Produk dan Promosi:** Pelatihan e-commerce telah membantu para petani dalam mendiversifikasi produk mereka. Beberapa petani telah menciptakan produk olahan atau produk dengan nilai tambah lainnya untuk meningkatkan daya tarik pasar. Selain itu, dengan menggunakan strategi pemasaran online yang dipelajari selama pelatihan, mereka berhasil mempromosikan produk dengan lebih efektif.
3. **Akses Pasar yang Lebih Luas:** Dengan adopsi e-commerce, para petani di Cikancung telah berhasil menjangkau pasar yang lebih luas. Mereka dapat menjual produk secara online dan menjangkau konsumen dari wilayah yang lebih jauh. Ini telah membantu meningkatkan daya saing produk mereka dan meningkatkan kesempatan untuk mendapatkan pelanggan baru.
4. **Pengurangan Ketergantungan pada Perantara:** Para petani juga merasakan manfaat dari pengurangan ketergantungan pada perantara. Dengan menjual langsung ke konsumen melalui platform e-commerce, mereka dapat menghilangkan perantara yang biasanya mengurangi keuntungan mereka. Hal ini memungkinkan para petani untuk mengoptimalkan harga jual produk mereka.
5. **Penggunaan Teknologi Pertanian yang Lebih Canggih:** Salah satu manfaat lain dari pelatihan e-commerce adalah penggunaan teknologi pertanian yang lebih canggih. Beberapa petani telah mengadopsi sistem irigasi otomatis, penggunaan sensor untuk memantau pertumbuhan tanaman, dan teknologi pengolahan pascapanen. Hal ini telah membantu meningkatkan efisiensi dan produktivitas pertanian mereka.
6. **Peningkatan Pendapatan:** Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pendapatan bagi para petani di Cikancung. Dengan akses pasar yang lebih luas, strategi pemasaran yang lebih efektif, dan pengurangan ketergantungan

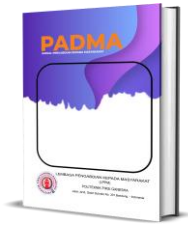
pada perantara, mereka telah berhasil meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan mereka.



Gambar 3. Tingkat Kepuasan Kegiatan PKM Cikancung

Pelatihan e-commerce hasil tani di Cikancung telah memberikan manfaat yang signifikan bagi para petani. Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan dalam e-commerce telah membantu mereka dalam menghadapi tantangan pasar modern. Para petani kini dapat menjual produk secara online, mencapai pangsa pasar yang lebih luas, dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam bisnis pertanian mereka. Dengan akses pasar yang lebih luas, penggunaan strategi pemasaran online yang efektif, dan diversifikasi produk, para petani telah berhasil meningkatkan pendapatan dan keuntungan mereka. Pengurangan ketergantungan pada perantara juga membantu mereka untuk mendapatkan nilai tambah yang lebih besar dari hasil penjualan produk mereka. Pengadopsian teknologi pertanian yang lebih canggih juga menjadi salah satu kunci keberhasilan para petani. Dengan mengintegrasikan teknologi dalam bisnis mereka, mereka dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil tani, sehingga mampu bersaing lebih baik di pasar.

Secara keseluruhan, pelatihan e-commerce hasil tani di Cikancung telah membawa dampak positif bagi para petani. Meningkatnya penjualan dan



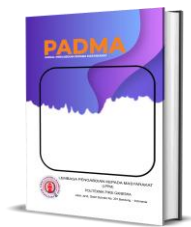
pendapatan mereka menunjukkan pentingnya adopsi e-commerce dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam dunia bisnis pertanian modern. Telah dilakukan output dan evaluasi berupa kuesioner kepada peserta PKM mengenai tingkat kepuasan kegiatan pelatihan e-commerce. Berdasarkan gambar 3, dari 25 peserta, 3 peserta menyatakan cukup puas, 16 peserta menyatakan puas, dan 6 peserta menyatakan sangat puas.

Kesimpulan

Pelatihan e-commerce untuk para petani di Kecamatan Cikancung, Kabupaten Bandung, telah membawa dampak positif dan signifikan dalam mengatasi tantangan pemasaran tradisional dan meningkatkan potensi bisnis pertanian. Beberapa poin penting yang dapat disimpulkan dari pelatihan ini adalah adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan, akses pasar yang lebih luas, pengurangan ketergantungan pada perantara, diversifikasi produk dan pemasaran yang efektif, peningkatan pendapatan, dan penggunaan teknologi pertanian yang lebih canggih. Pelatihan e-commerce bagi para petani di Kecamatan Cikancung merupakan langkah penting dalam meningkatkan penjualan hasil tani dan akses pasar bagi produk pertanian mereka. Dengan memanfaatkan teknologi e-commerce, para petani dapat meningkatkan efisiensi bisnis, menjangkau pasar yang lebih luas, dan mendiversifikasi produk mereka. Adopsi e-commerce membawa perubahan positif dalam sektor pertanian dan memberikan peluang untuk pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan petani. Evaluasi berupa kuesioner kepada peserta PKM mengenai tingkat kepuasan kegiatan pelatihan e-commerce, dari 25 peserta, 3 peserta menyatakan cukup puas, 16 peserta menyatakan puas, dan 6 peserta menyatakan sangat puas.

Referensi

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i2.36>.
- e2eCommerceIndonesia. (2020). Daftar toko online yang paling menguasai pasar RI selama 2019. <https://www.e2ecommerce-indonesia.com/category/ecommerce/>.



- Fachriyan, H. A., & Wijaya, I. P. E. (2019). Aplikasi Model E-Marketplace Dalam E-Agribusiness. *Mediagro*, 14(01), 12–24. <https://doi.org/10.31942/md.v14i01.2614>
- Faridah, F., & Wulandari, Z. W. (2020). Pendampingan Pemasaran Industri Lokal Melalui Penggunaan Marketplace untuk Meningkatkan Hasil Produksi di Masa Pandemi Covid-19 Desa Sidomukti Lamongan. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 509–523. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i2.316>
- Gunawan, E., Nida, F. S., & Henriyadi. (2020). Peluang dan Strategi Pengembangan E-commerce Produk Pertanian Merespons Dampak Pandemi Covid-19.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1).
- Rahmawati, E. (2018). Consumer behavior towards e-commerce agribusiness product. *Asian Insitute of Technology*.
- Ramadhan, B. A., & Sufyana, C. M. (2022). Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Menggunakan Framework Laravel Di Rakisa Id. *JITS (Journal of Information Technology Student)*, 1(2), 1-8.
- Sandhusen, R. (2008). *Marketing*. Hauppauge, NY: Barron's Educational Series: ISBN 0- 7641-3932-0.
- Sarni, S., & Sidaya, M. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Pendapatan Petani Sayuran Di Kota Ternate. Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional Agribisnis
- Setiawan, E., & Irawan, O. (2019). Analisis Pengembangan Bisnis Syariah Dengan Business Model Canvas Pada Toko Online Suara Muhammadiyah. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 3(1), 95-106.
- Shaw, M., Blanning, R., Strader, T., & Whinston, A. (2012). *Handbook on electronic commerce*: Springer Science & Business Media.
- Sugiarti, Y. (2014). Perancangan Sistem Informasi Agribisnis E-Commerce Buah Pisang. *Agribusiness Journal*, 8(1), 71–82. <https://doi.org/10.15408/aj.v8i1.5130>
- U., Gunawan, H., & Herlambang, T. (2015). Aplikasi E-Commerce Penjualan Hasil Pertanian Tanaman Sayuran Berbasis Website Studi Kasus Di Balitsa Lembang. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 4(2), 1–8. <https://journal.stmik-bandung.ac.id/index.php/JurnalTI/article/view/66>