



PENGEMBANGAN WEBSITE KATALOG PRODUK DESA CIKASUNGKA

Yumna Zahran Ramadhan¹, Deki Satria^{2*}, Fadhil Rozi Hendrawan³, Widang Muttaqin⁴

^{1,2,3}S1 Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Telkom University, Jakarta, Indonesia

⁴S1 Teknologi Informasi, Fakultas Informatika, Telkom Univeristy, Jakarta, Indonesia

Email: [1yumnazahran@telkomuniversity.ac.id](mailto:yumnazahran@telkomuniversity.ac.id), [2*dekisatria@telkomuniversity.ac.id](mailto:dekisatria@telkomuniversity.ac.id), [3*](mailto:fadhilrozihendrawan@telkomuniversity.ac.id), [4*widangmuttaqin@telkomuniversity.ac.id](mailto:widangmuttaqin@telkomuniversity.ac.id)

Abstract

The current digital era, particularly the rise of Society 5.0, highlights the importance of integrating an capabilities with advanced technologies such as artificial intelligence, the Internet of Things (IoT), and big data. In this context, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. key contributors to the national economy. face significant challenges in adopting digital tools. Issues such as limited internet access, low digital literacy, and constrained resource es hinder their progress. Despite these obstacles, digitalization holds immense potential to boost efficiency and competitiveness. Addressing this gap requires collaborative efforts from communities and educational institutions to provide ongoing support and training. One practical initiative involves creating a web-based platform tailored for rural MSMEs, such as those in Cikasungka Village. This system includes an online product catalog, inventory management, financial record-keeping, digital marketing features, and training modules. It is designed with structured user roles: administrators oversee the platform, business owners manage product listings, and customers can browse and purchase items. The goal is to accelerate digital transformation, improve financial inclusion, and offer access to banking, microcredit, and insurance services. With an intuitive interface and comprehensive guidance, rural MSMEs can operate more independently, transition away from traditional methods, and thrive in a more sustainable and competitive digital economy.

Keywords: Website application development, MSMEs, digitalization

Abstrak

Era digital saat ini, khususnya era 5.0, menekankan pentingnya kolaborasi antara manusia dan teknologi seperti kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), dan big data. Di tengah perkembangan ini, UMKM di Indonesia sebagai pilar utama ekonomi nasional menghadapi tantangan besar dalam proses digitalisasi. Hambatan seperti keterbatasan infrastruktur internet, rendahnya literasi digital, dan sumber daya yang terbatas menjadi penghalang utama. Padahal, transformasi digital berpotensi besar dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha mereka. Oleh karena itu, diperlukan upaya bersama dari komunitas dan institusi pendidikan untuk memberikan pelatihan serta pendampingan. Salah satu solusi strategis adalah pengembangan aplikasi web untuk mendukung UMKM desa, seperti di Cikasungka. Aplikasi ini mencakup katalog produk online, manajemen stok, pencatatan keuangan, strategi pemasaran digital, dan modul pelatihan. Sistemnya dilengkapi hak akses yang jelas: administrator mengelola sistem, pelaku usaha memperbarui produk, dan pelanggan dapat melihat serta memesan produk. Inovasi ini diharapkan dapat mendorong percepatan digitalisasi, memperluas akses terhadap layanan keuangan, dan mengurangi ketergantungan pada metode konvensional, sehingga tercipta ekosistem UMKM yang mandiri, berkelanjutan, dan kompetitif dalam ekonomi digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: Pengembangan Aplikasi Website, UMKM, Digitalisasi

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat di era digital saat ini telah mengubah secara fundamental cara individu dan lembaga dalam

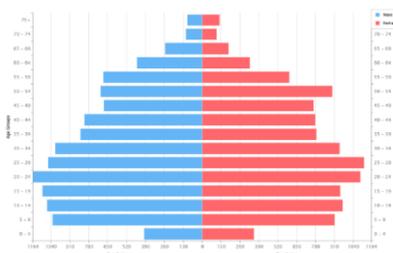
mengelola serta menyampaikan informasi (Haykal Kholid, 2025; Wahyuni et al., 2021). Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang paling efektif adalah melalui media penyaluran informasi berbasis website (Haykal Kholid, 2025; Mariani & Baggio,

2022; Putra et al., 2025). Hal ini memungkinkan informasi dapat diakses secara luas, fleksibel, dan tanpa batasan waktu maupun lokasi. Website tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi alat strategis dalam memperkuat identitas, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendukung transformasi digital di berbagai sektor, baik sektor yang berhubungan dengan pariwisata, perusahaan, UMKM, termasuk yang di tingkat yang paling dasar yaitu penggunaan website untuk penyaluran informasi di desa (Ambarsari et al., 2024; Manongga et al., 2022).



Gambar 1. Jumlah Desa (BPS, 2025)

Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah desa di Indonesia mencapai 83.971 dengan tingkat penyebaran di 416 kabupaten dan 98 kota. Hal ini menjadi potensi untuk Indonesia agar dapat berkembang dan meningkatkan kesejahteraan melalui potensi yang dimiliki oleh desa. Dalam konteks ini, desa-desa yang memiliki potensi ekonomi lokal dapat menyalurkan produk-produk UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing dan keterhubungan dengan pasar yang lebih luas (Ambara et al., 2024; Hanindia Prami Swari et al., 2024; May Luky Harefa & Insidini Fawwaz, 2024).



Gambar 2. Jumlah Penduduk Desa Cikarang (2025)

Namun sayangnya tidak semua wilayah pedesaan mampu memaksimalkan potensi digital untuk meningkatkan kesejahteraan desa mereka. Salah satu contohnya adalah Desa yang menjadi objek yaitu Desa Cikarang (Rofiq Noorman Haryadi, 2021). Desa Cikarang terletak di Kecamatan Solear, berada di bagian barat Kabupaten Tangerang dan memiliki jumlah jiwa 22.333, dengan jumlah kepala keluarga 3.532, dan jumlah PUS 3.532 menyebabkan perlunya peningkatan ekonomi karena jumlah penduduk yang terus meningkat. meskipun memiliki produk unggulan berbasis potensi lokal, namun Desa

Cikasungka belum memiliki sistem promosi berbasis digital yang memadai (Luthfiyatul Farida & Sudrajat, 2025; M. Hasbi Sidqi Alajuri, 2025). Hal ini dikarenakan minimnya pemanfaatan media digital telah menjadi kendala dalam mempublikasikan produk, mengedukasi pelaku UMKM, serta menjangkau konsumen secara lebih luas. Menyadari pentingnya digitalisasi untuk mendorong kemajuan UMKM, dibutuhkan suatu inisiatif strategis yang dapat menjawab kebutuhan tersebut secara konkret (Rodrigues et al., 2024; Rosário & Raimundo, 2021).

Berdasarkan hal tersebut, melalui kegiatan pengabdian masyarakat dalam program Pengabdian Masyarakat oleh Telkom University, kami merancang dan mengembangkan *Website Katalog UMKM Produk Desa Cikarang* (Fakhrur Rasyi et al., 2025; Kristiyanti Jurusan KPN STIMART & Lisda Rahmasari, 2015; Thaha et al., 2024). Website ini dirancang sebagai platform terpadu yang menghadirkan tiga fitur utama, yakni: katalog produk online sebagai media tampilan produk secara digital dan terstruktur; sistem pemasaran digital yang mengintegrasikan teknik promosi berbasis internet dan media sosial; serta modul pelatihan yang memuat materi edukatif guna meningkatkan literasi digital dan keterampilan bisnis pelaku UMKM (Ani Amaliyah et al., 2024; Darnis et al., 2019; Supriadi et al., 2025). Hal ini diharapkan dapat membantu dalam menyalurkan produk UMKM kedepannya kepada masyarakat luas. Inisiatif ini juga diharapkan mampu menjadi solusi nyata yang tidak hanya memperkenalkan produk desa ke publik lebih luas, tetapi juga memperkuat kapasitas pelaku UMKM secara menyeluruh. Dengan memanfaatkan teknologi yang tepat guna, pengembangan website ini akan mendorong terciptanya ekosistem usaha yang lebih adaptif, inklusif, dan berkelanjutan dalam menghadapi era digital 5.0.

Sebagai langkah awal dalam merancang solusi berbasis teknologi informasi yang sesuai dengan kebutuhan lokal, kegiatan ini dimulai dengan pelaksanaan survei langsung di lapangan. Survei dilakukan untuk menggali secara menyeluruh berbagai persoalan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Cikarang, sekaligus mengidentifikasi potensi unggulan yang dapat dikembangkan, khususnya di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Melalui pendekatan ini, diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi aktual di lapangan, sehingga memungkinkan perumusan solusi yang tidak hanya relevan, tetapi juga berdaya guna dalam jangka panjang. Dari hasil pengamatan dan analisis data lapangan, ditemukan bahwa salah satu tantangan utama adalah belum adanya media digital yang mampu mewadahi informasi produk lokal secara

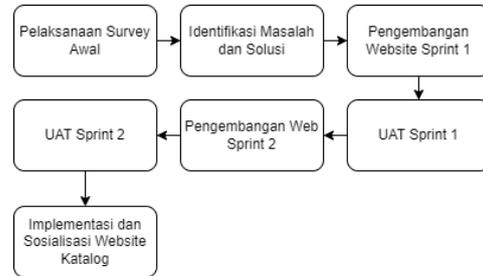
sistematis dan terintegrasi. Berdasarkan hal tersebut, dirancanglah solusi dalam bentuk pengembangan *website katalog UMKM* yang bertujuan untuk memperkuat promosi produk desa sekaligus menyediakan data yang tersusun rapi bagi pemerintah desa untuk keperluan pengelolaan dan pelaporan. Platform ini juga akan menjadi sarana bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui media digital (Sakas et al., 2023; Tsiu et al., 2025).

Proses pengembangan sistem dilakukan dengan pendekatan metodologi **Scrum**, yang mengedepankan kecepatan, fleksibilitas, dan kolaborasi tim dalam pengerjaan proyek. Tahapan pengembangan akan dibagi ke dalam dua *sprint*, memungkinkan penyesuaian dan penyempurnaan secara bertahap berdasarkan kebutuhan pengguna. Dari sisi teknis, website dirancang menggunakan **framework Laravel** dengan kombinasi teknologi **PHP**, **HTML**, dan **JavaScript**, guna menghasilkan sistem yang handal, interaktif, dan mudah diakses baik oleh administrator desa maupun pelaku UMKM. Setelah proses pengembangan dan pengujian sistem selesai, kegiatan dilanjutkan dengan **sosialisasi dan pelatihan**, yang ditujukan kepada aparat desa dan pelaku UMKM sebagai pengguna utama. Tujuannya adalah agar mereka memiliki pemahaman yang memadai untuk mengelola konten, menambah produk, serta memanfaatkan website sebagai media promosi yang efektif. Pelatihan ini sekaligus menjadi sarana pemberdayaan digital yang memperkuat kapasitas masyarakat desa dalam menghadapi tantangan ekonomi di era transformasi digital. Dengan implementasi solusi ini, diharapkan Desa Cikasungka tidak hanya mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan eksistensi produk lokalnya, tetapi juga membangun ekosistem digital yang mandiri, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi masa depan.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Pada dasarnya bagian ini menjelaskan pelaksanaan Kegiatan ini akan dimulai dari pelaksanaan survey lapangan, kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan problem dan protensi yang dimiliki oleh desa. Dari kegiatan ini nantinya akan didapatkan solusi yang dapat diberikan. Solusi yang dihasilkan adalah pembuatan website katalog untuk memberikan desa data terkait dengan produk yang ada di desa dan menjadi katalog untuk memberikan produk tersebut lebih banyak publikasi. Tahapan selanjutnya adalah melakukan pengembangan dan pengujian. Dalam proses pengembangan ini, metode Scrum akan digunakan, dimana kegiatan pengembangan akan dilakukan dalam dua sprint Scrum. Metode Scrum digunakan agar dapat memberikan output yang lebih cepat jika dibandingkan dengan metode lainnya. Selain itu, sosialisasi kegiatan akan dilakukan pada akhir

kegiatan abdimas. Kegiatan sosialisasi ini nantinya akan diberikan kepada pihak desa untuk membantu mereka mengoperasikan website yang ada. Selain itu, kegiatan sosialisasi juga akan diikuti oleh UMKM yang ada di desa. UMKM diikut sertakan, dikarenakan nantinya akan ada pengguna dari UMKM yang memasukkan produk mereka kedalam website selain dapat dilakukan oleh pemerintah desa.



Gambar 3. Metodologi Pelaksanaan Abdimas

Selama hari pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas), pelatihan berlangsung sesuai dengan rancangan yang telah disusun secara cermat. Pelaksanaan dapat dilihat pada gambar berikut dengan menggambarkan alur metodologi pengembangan website katalog UMKM berbasis *Scrum*, dengan penjelasan detail sebagai berikut,

1. Pelaksanaan Survei Awal

Langkah pertama dalam metode ini adalah melakukan survei langsung di lapangan. Tujuan dari kegiatan ini adalah mengumpulkan data primer mengenai kondisi aktual desa, termasuk potensi yang dimiliki serta kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Informasi dari tahapan ini sangat penting sebagai dasar dalam merumuskan solusi teknologi yang tepat dan sesuai kebutuhan.

2. Identifikasi Masalah dan Perumusan Solusi

Setelah data terkumpul, dilakukan proses analisis untuk mengidentifikasi isu-isu utama serta peluang yang ada. Berdasarkan analisis tersebut, ditentukan bahwa solusi yang paling relevan adalah pengembangan website katalog produk UMKM sebagai sarana promosi digital sekaligus media pendataan produk lokal secara terpusat dan mudah diakses.

3. Pengembangan Website – Sprint 1

Tahap awal pengembangan dilakukan dalam Sprint 1, yaitu iterasi pertama dalam metode Scrum. Fokus pengembangan pada sprint ini meliputi perancangan struktur utama website, antarmuka pengguna (user interface), serta fitur dasar seperti tampilan produk dan login pengguna. Pada tahap ini, developer bekerja secara intensif dalam periode waktu tertentu yang telah

ditentukan untuk menghasilkan prototipe awal.

4. UAT Sprint 1 (User Acceptance Test)

Setelah Sprint 1 selesai, dilakukan uji coba awal oleh pengguna yang ditargetkan (misalnya pihak desa atau UMKM perwakilan). Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah fitur-fitur awal yang dibangun telah sesuai dengan kebutuhan pengguna dan apakah ada kendala teknis maupun perbaikan yang perlu dilakukan.

Sprint kedua dimulai berdasarkan hasil evaluasi dari UAT sebelumnya. Di tahap ini, dilakukan penyempurnaan sistem dan penambahan fitur lanjutan, seperti sistem input katalog UMKM, pengelolaan data oleh admin desa, serta integrasi strategi promosi digital. Sprint 2 bertujuan untuk memperkuat fungsionalitas dan memastikan website bekerja optimal dalam konteks penggunaan nyata.

5. UAT Sprint 2

Uji coba tahap akhir dilakukan setelah Sprint 2 untuk memastikan seluruh sistem telah berjalan dengan baik, tidak terdapat bug, dan fitur yang dibangun telah memenuhi seluruh kebutuhan pengguna. Hasil UAT ini menjadi indikator kesiapan sistem untuk diimplementasikan secara penuh.

6. Implementasi dan Sosialisasi

Tahap terakhir adalah peluncuran resmi website katalog, disertai dengan sosialisasi kepada perangkat desa dan pelaku UMKM. Sosialisasi ini mencakup pelatihan penggunaan sistem, panduan mengunggah produk, serta strategi promosi digital. Pelibatan langsung pengguna bertujuan untuk memastikan website dapat dimanfaatkan secara mandiri dan berkelanjutan oleh masyarakat desa.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

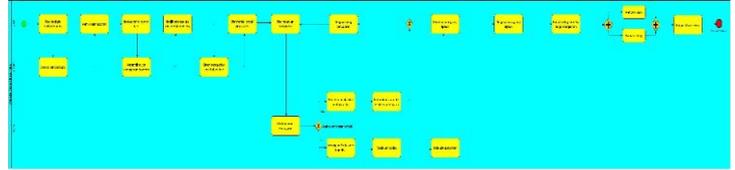
Hasil dari pembahasan dari pengabdian masyarakat berupa hasil pengembangan website UMKM untuk Desa Cikasungka, terdapat tiga tahapan pembuatan website UMKM Desa Cikasungka. Dimulai dari pembuatan proses bisnis dari website UMKM dari hasil wawancara, dilanjutkan dengan pembuatan mockup, lalu dikembangkan menjadi website dan terdapat proses sosialisasi. Hal ini didetailkan dengan proses sebagai berikut,

1. Proses Bisnis Website Katalog UMKM Desa Cikasungka

Proses bisnis dalam pengembangan aplikasi website UMKM Desa Cikasungka merupakan langkah strategis dalam digitalisasi sektor ekonomi lokal. Berikut

merupakan hasil dari proses bisnis user dan admin.

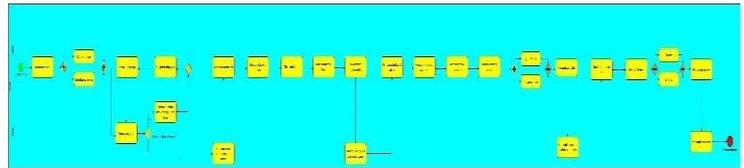
a. Diagram Business Process Model and Notation (BPMN) User



Gambar 4. Diagram BPMN User Website Desa Cikasungka

Diagram tersebut menggambarkan alur proses bisnis pada user dalam sistem website katalog UMKM, mulai dari input data produk oleh admin hingga publikasi katalog dan akses oleh pengguna.

b. Diagram Business Process Model and Notation (BPMN) Admin



Gambar 5. Diagram BPMN Admin Website Desa Cikasungka

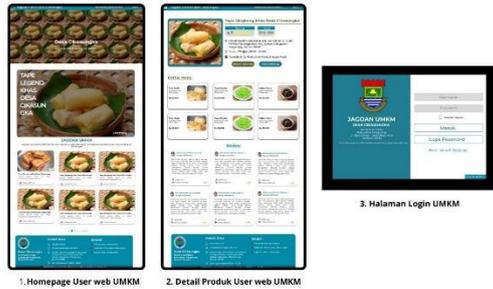
Diagram tersebut menunjukkan alur sistem penggunaan website katalog UMKM secara lengkap, dimulai dari proses login, input produk oleh UMKM, verifikasi oleh admin, hingga publikasi produk yang dapat diakses oleh pengunjung atau pelanggan.

2. Pembuatan MockUp Website Desa Cikasungka

Pembuatan **mockup website Desa Cikasungka** dirancang untuk menggambarkan antarmuka awal dan fungsionalitas utama sebelum proses pengembangan sistem dilakukan. Dalam rancangan ini, terdapat dua jenis pengguna utama, yaitu **User (pengunjung/masyarakat/UMKM)** dan **Admin (pengelola desa atau tim teknis)**. Berikut penjelasan peran dan tampilan mockup

a. Tampilan Mockup User Website Desa Cikasungka

Berikut merupakan tampilan dari user website Desa Cikasungka, dimana terdapat halaman user web UMKM dan detail produk UMKM,

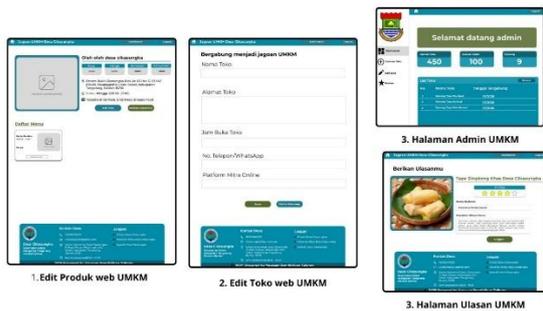


Gambar 6. Tampilan Mockup User Website Desa Cikasungka

Mockup website UMKM Desa Cikasungka menampilkan halaman utama untuk promosi produk, detail produk lengkap dengan ulasan dan menu, serta halaman login khusus bagi UMKM untuk mengelola informasi secara mandiri.

b. Tampilan Mockup Admin Website Desa Cikasungka

Berikut merupakan tampilan dari admin website Desa Cikasungka, dimana terdapat halaman admin web UMKM dan detail produk UMKM,



Gambar 7. Tampilan Mockup User Website Desa Cikasungka

Mockup ini menampilkan fitur edit produk dan toko oleh UMKM, halaman admin untuk memantau aktivitas toko, serta halaman ulasan yang memungkinkan pengguna memberikan penilaian terhadap produk.

3. Sosialisasi pada Masyarakat Desa Cikasungka

Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan di Desa Cikasungka bertujuan untuk memperkenalkan dan mendukung masyarakat mengenai penggunaan platform katalog UMKM digital. Dalam kegiatan ini, peserta diberi pelatihan praktis mengenai cara menggunakan fitur website untuk mempublikasikan produk mereka secara mandiri, sekaligus berdiskusi terkait saran dan kebutuhan tambahan yang diinginkan.



Gambar 8. Proses edukasi mengenai website UMKM Desa Cikasungka



Gambar 9. Proses Pembahasan Website UMKM Desa Cikasungka

Respon dari masyarakat sangat positif, ditunjukkan dengan partisipasi aktif UMKM yang langsung mengunggah informasi produk mereka. Selain itu, perangkat desa turut menyatakan dukungan dalam pemeliharaan sistem dan pembaruan konten secara berkala.



Gambar 10. Hasil Diskusi dan Foto Kegiatan Abdimas

Sosialisasi ini membuktikan bahwa pengenalan teknologi digital secara langsung dapat memperkuat pemahaman dan keterlibatan masyarakat dalam transformasi ekonomi desa. Diharapkan dengan ada pembuatan website, kolaborasi dapat dilanjutkan dengan Desa Cikasungka untuk menyelesaikan beberapa gap yang ada pada proses berjalannya desa.

D. PENUTUP

Dalam menghadapi tantangan transformasi digital, khususnya di era Society 5.0, pengembangan

website katalog UMKM di Desa Cikasungka menjadi salah satu solusi konkret untuk mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Upaya ini tidak hanya merespons kebutuhan pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya secara lebih luas, tetapi juga menjadi langkah strategis dalam meningkatkan literasi digital masyarakat desa. Dengan pendekatan pengembangan berbasis metode Scrum, teknologi Laravel, PHP, HTML, dan JavaScript digunakan untuk menciptakan platform yang adaptif dan ramah pengguna. Melalui sosialisasi intensif kepada warga dan dukungan penuh dari perangkat desa, website ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem UMKM yang lebih mandiri, terstruktur, dan berdaya saing tinggi, serta membuka akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan dan pasar digital secara berkelanjutan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Ambara, I. G. Y. A., Paramitha, A. A. I. I., & Putri, I. Gst. A. P. D. (2024). Pengembangan Website Desa Wisata Sebagai Media Informasi Wisatawan Pada Desa Temesi. *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 408–414. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.354>
- Ambarsari, I. F., Azizah, N., Ansori, A., Al-faruq, Y. F., & Fahrozi, K. K. (2024). Digitalisasi Informasi dan Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Transformasi Desa Digital Melalui Pengembangan Website Desa Klatakan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(1), 396–405. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i1.4041>
- Ani Amaliyah, Ramadan, M., Nadia, C., Herdiana, A. P., Novera, J. P., Hermawan, K. A., Nugraha, S. W., Yahya, A. M., Aprodita, R. S., Fauziah, N. B., Putri, R. D., & Rizik, W. M. (2024). Pendampingan Pendaftaran NIB, Pembuatan Packaging dan Website bagi UMKM Desa Mekarjaya Kecamatan Pacet Kabupaten Bandung. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(4), 1233–1249. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.1996>
- Darnis, F., Azdy, R. A., Stmik,), & Rahmat, P. J. B. (2019). *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019 SINDIMAS 2019 STMIK Pontianak* (Vol. 29). www.kampungpedado.com
- Fakhrur Rassyi, S., Azzawagama Firdaus, A., Tahir, M., Firdaus Yusup, N., & Ardiansyah, S. (2025). Pengembangan Aplikasi Web E-Sign dan Sistem Informasi Desa Segara Katon Lombok Utara. In *Jurnal Pengabdian Abhinaya (JPA)* (Vol. 1, Issue 1).
- Hanindia Prami Swari, M., Puspita Sari, A., & Kadek Susila Satwika, I. (2024). *Jurnal Widya Laksmi (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) | 70 PENGEMBANGAN WEB PROFILE PADA YAYASAN MIFTAHUL ULUM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKSISTENSI DAN MEDIA INFORMASI SEKOLAH DALAM ERA EDUTECH*. 4(2). <https://doi.org/10.59458>
- Haykal Kholid. (2025). *Pembuatan Website BUMDes Berbasis Opensid di Desa Wano untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat*.
- Kristiyanti Jurusan KPN STIMART, M., & Lisda Rahmasari, S. (2015). Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. In *JUNI* (Vol. 13, Issue 2).

- Luthfiyatul Farida, A., & Sudrajat, A. (2025). Pengembangan Website Desa Wisata Cibodas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 4(1). <https://doi.org/10.54099/jpma.v4i1.1250>
- M. Hasbi Sidqi Alajuri. (2025). *Pengembangan Website Pelayanan Administrasi bagi Masyarakat Kelurahan Sei Enam Tanjungpinang*.
- Manongga, D., Rahardja, U., Sembiring, I., Lutfiani, N., & Yadila, A. B. (2022). Pengabdian Masyarakat dalam Pemberdayaan UMKM dengan Melakukan Implementasi Website Menggunakan Plugin Elementor Sebagai Media Promosi. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i1.810>
- Mariani, M., & Baggio, R. (2022). Big data and analytics in hospitality and tourism: a systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(1), 231–278. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2021-0301>
- May Luky Harefa, A., & Insidini Fawwaz, S. (2024). *Pengembangan Web Company Profile Sebagai Upaya Pengabdian Kepada Masyarakat Di PT. Hamim Technology Indonesia* (Vol. 1, Issue 3).
- Putra, K. A., Paramitha, A. A. I. I., & Putri, I. Gst. A. P. D. (2025). Perancangan Dan Implementasi Website Desa Wisata Sebagai Inovasi Dalam Mempromosikan Potensi Wista Desa Singakerta. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 6(1), 300–318. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v6i1.4480>
- Rodrigues, V., Breda, Z., & Rodrigues, C. (2024). The implications of industry 4.0 for the tourism sector: A systematic literature review. *Heliyon*, 10(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31590>
- Rofiq Noorman Haryadi. (2021). *Sosialisasi Penggunaan Online Shop Berbasis Website di UMKM Cimanggis*.
- Rosário, A., & Raimundo, R. (2021). Consumer marketing strategy and e-commerce in the last decade: A literature review. In *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* (Vol. 16, Issue 7, pp. 3003–3024). MDPI. <https://doi.org/10.3390/jtaer16070164>
- Sakas, D. P., Giannakopoulos, N. T., Panagiotou, A. G., Kanellos, N., & Christopoulos, C. (2023). Search Engine Results Optimization for Supply Chain SMEs Through Digital Content Management and Fuzzy Cognitive Models. *Journal of Computational and Cognitive Engineering*, 4(2), 161–172. <https://doi.org/10.47852/bonviewJCC E32021763>
- Supriadi, S., Wahyuni, S., Siregar, D. R., Ulfah, F., & Santoso, R. (2025). Peningkatan Penguatan Branding dan Transparansi Melalui Pengembangan Sistem Informasi Website. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 4(1), 16–24.

- <https://doi.org/10.37905/ljpm.v4i1.29872>
- Thaha, A. R., Maulina, E., Muftiadi, A., Alexandri, M. B., Rahim Thaha, A., & Muftiadi, R. A. (2024). *Digital Marketing and SMEs: A Systematic Mapping Study*. *Digital Marketing and SMEs: A Systematic Mapping Study*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13285382>
- Tsiu, S. V., Ngobeni, M., Mathabela, L., & Thango, B. (2025). Applications and Competitive Advantages of Data Mining and Business Intelligence in SMEs Performance: A Systematic Review. *Businesses*, 5(2), 22. <https://doi.org/10.3390/businesses5020022>
- Wahyuni, S., Akbar, A., Khaliq, A., & Akbar, A. (2021). *WEB-BASED APPLICATION FOR SEA PRODUCTS TRADING TO INCREASE FISHERMEN'S INCOME IN SECANGGAN VILLAGE*. <http://bumdessecanggang.my.id/>