
URGENSI TEKNOLOGI E-COMMERCE TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

Lorena Dara Putri Karsono[✉], Khotiibah Azzarqo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, Indonesia
Email: lorena@iainkudus.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol4No2.pp109-116>

ABSTRACT

The Community Creativity Program is a program of student creativity activities involving lecturers and students. Community service activities collaboration between lecturers and students is a form of implementation of the Tridharma of Higher Education to the local community which is carried out by both lecturers and students. This activity is expected to increase independence, teamwork, and a sense of empathy, team solidarity and make a positive contribution in the future. The purpose of this activity is more directed at increasing the community's understanding of the potential of the village based on religious moderation, both economic, sociocultural and religious potential and also to develop the potential of students according to their scientific fields (producers) towards increasing their abilities and profession. One of the community service activities that collaborates with lecturers is an entrepreneurship seminar activity by holding a seminar on entrepreneurship which discusses marketing strategies in doing business which will later be useful for SMEs in the local community. This seminar activity aims to increase understanding of the importance of marketing strategies that compete with the 5.0 era. The introduction of e-commerce is also emphasized in this activity, therefore, as a business owner, you are required to learn more about marketing 5.0. This innovation in terms of marketing will have a direct effect on SMEs businesses that are being run or being initiated by business owners, and can also increase sales of SMEs in Sumanding village so that in the future sales will be even better according to the correct rules.

Keyword: SMEs, Strategi Marketing, E-commerce, Community Services.

ABSTRAK

Program Kreativitas Masyarakat adalah suatu program kegiatan kreativitas mahasiswa yang melibatkan dosen dan mahasiswa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) kolaborasi dosen dan mahasiswa merupakan salah satu bentuk implementasi Tridharma Perguruan Tinggi terhadap masyarakat setempat yang dilakukan oleh dosen maupun mahasiswa. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemandirian, kerja sama tim, serta rasa empati, solidaritas sesama tim dan memberikan kontribusi yang positif ke depannya. Tujuan kegiatan ini lebih terfokus untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang potensi desa berbasis moderasi beragama, baik potensi ekonomi, sosio-kultural, maupun keagamaan dan juga untuk mengembangkan potensi mahasiswa sesuai bidang keilmuannya (keprodian) ke arah peningkatan kemampuan dan profesinya. Salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berkolaborasi dengan dosen yaitu kegiatan seminar kewirausahaan dengan diadakannya seminar tentang kewirausahaan yang didalamnya membahas tentang strategi marketing dalam berbisnis yang nantinya akan berguna bagi UMKM masyarakat setempat. Kegiatan seminar ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terhadap pentingnya strategi marketing yang bersaing dengan era 5.0. Pengenalan e-commerce juga ditekankan dalam kegiatan ini, maka dari itu sebagai pemilik usaha dituntut untuk belajar lebih jauh tentang marketing 5.0. Inovasi dalam hal marketing ini sedikit banyak akan berpengaruh langsung terhadap usaha UMKM yang sedang dijalankan atau

sedang dirintis oleh pemilik usaha, dan juga bisa meningkatkan penjualan dalam UMKM yang ada di desa Sumanding agar kedepannya lebih baik lagi dalam penjualan sesuai dengan aturan yang benar.

Kata Kunci: *UMKM, Strategi Marketing, E-commerce, PKM.*

PENDAHULUAN

Di era digital seperti ini dapat dilihat bahwa perilaku masyarakat sangat bergantung pada *gadget*, kedatangan internet sangat memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi untuk mengakses informasi (Zulkarnain, 2019). Banyak sekali yang menyadari dengan adanya *gadget* saat ini dapat mempermudah transaksi jual beli melalui website ataupun *marketplace*. Harapannya aplikasi *digital marketing* dapat mempermudah masyarakat dalam mempromosikan produksinya dan memperluas pangsa pasar.

Desa Sumanding memiliki berbagai potensi alam yang begitu kaya, mengingat letak Desa Sumanding yang berada di lereng gunung muria sehingga memiliki tanah yang subur. Potensi alam yang dihasilkan di Desa Sumanding diantaranya adalah kopi, jagung, padi dan masih banyak potensi alam lainnya yang diantaranya potensi tersebut dimanfaatkan dan diolah oleh masyarakat sekitar sehingga menghasilkan nilai jual yang lebih tinggi. Karena kebanyakan masyarakat desa Sumanding belum bisa mengolah hasil potensi desa dengan baik dan masyarakat ketika panen hasil bumi langsung dijual secara mentah, tidak diolah terlebih dahulu.

Menurut Aziza, dkk (2023) masa dahulu jika ingin membeli sesuatu harus ke toko atau transaksi secara langsung, tetapi sekarang sudah ada media jualan online yang mempermudah para konsumen untuk membeli tanpa harus mengantri (Aisyah et al., 2023). Media jualan yang kita bisa lihat yaitu shopee, tokopedia, bukalapak dan sebagainya. Shopee menjadi *e-commerce* terbesar se-Indonesia bahkan di Asia, karena shoppe berupaya untuk memberikan fitur-fitur yang menarik sehingga dapat memberikan kemudahan kepada penggunanya. Transaksi juga akan aman karena menggunakan *escrow* atau rekening pihak ketiga, hal itu yang membuat masyarakat Indonesia tidak khawatir menggunakan bisnis online dan dapat membeli secara online yang

tentunya membuat belanjalebih mudah, dan tidak ribet

Pemberdayaan mempunyai arti energi kepada masyarakat (Qomar et al., 2022). Energi yang dimaksud yaitu kemampuan yang ada di dalam diri masyarakat bersama untuk membangun diri melalui upaya masyarakat itu sendiri atau dapat dikatakan kemandirian dalam masyarakat itu sendiri. Hal ini sejalan dengan pendapat Jamludin (2013) bahwa pemberdayaan Masyarakat merupakan bentuk yang mengarah dengan tujuan untuk kemandirian masyarakat (Qomar et al., 2022).

Masalah muncul seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, pertama kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang baik dari segi menajerial keuangan maupun teknologi. Kedua, SDM yang kurang aktif dan kurang berpartisipasi dalam manajemen UMKM. Ketiga, minimnya pengetahuan para pemilik UMKM akan pelaporan keuangan, yang mana uang usaha tidak boleh di campur dengan uang pribadi. Keempat, masyarakat kurang tertarik dengan berwirausaha. Oleh karena itu tim Pengabdian Kepada Masyarakat berinisiatif untuk mengadakan seminar kewirausahaan yang tujuannya tidak lain adalah agar masyarakat desa Sumanding tidak ketinggalan informasi tentang *digital marketing*.

Era society 5.0 sebagai tantangan untuk mempersiapkan sumber daya manusia (*human resources*) yang digunakan untuk meningkatkan kualitas perekonomian negara (Karsono & Azzarqo, 2023). *Fresh graduate* akan bersaing dengan pencari kerja lainnya di perusahaan yang membuka lowongan pekerjaan, ini menjadi kondisi yang dianggap biasa dan hamper merata di seluruh Indonesia.

Berdasarkan analisis lapangan, dapat disimpulkan berbagai permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM yang ada di desa Sumanding, diantaranya, (1) kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang baik dari segi

menajerial keuangan maupun teknologi. (2) SDM yang kurang aktif dan kurang berpartisipasi dalam manajemen UMKM. (3) minimnya pengetahuan para pemilik UMKM akan pelaporan keuangan, yang mana uang usaha tidak boleh di campur dengan uang pribadi. (4) masyarakat kurang tertarik dengan berwirausaha.

TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan kegiatan pengabdian ini yaitu peserta mampu memahami konsep *entrepreneurship* dalam memanfaatkan potensi desa dan memberikan pengetahuan *e-commerce* dengan memanfaatkan *digital marketing*.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh setelah terselesaikannya kegiatan pengabdian yaitu

1. Para peserta memahami konsep pengetahuan tentang *e-commerce* serta perkembangan *digital marketing*.
2. Para peserta dapat menambah wawasan tentang cara menggunakan marketplace untuk sarana penjualan
3. Dari kegiatan seminar kewirausahaan diharapkan ada inovasi baru yang dilakukan untuk usaha yang sedang dijalankan oleh para pelaku UMKM agar pangsa pasar semakin luas.
4. Para peserta mampu membuat laporan keuangan yang sampai saat ini masih belum dilakukan oleh sebagian besar para pelaku UMKM yang ada di desa Sumanding, itu menjadi salah satu faktor agar usaha UMKM yang ditekuninya menjadi lebih baik lah kedepannya.

METODE PELAKSANAAN

Kelompok kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kolaborasi dosen dan mahasiswa IAIN Kudus di Desa Sumanding, Kecamatan Kembang, Kabupaten Jepara dilaksanakan pada hari Jumat 23, September 2022. Kegiatan dilaksanakan secara *offline* atau terjun langsung ke masyarakat di lokasi kegiatan pengabdian kolaborasi dosen dan mahasiswa. Bentuk kegiatan yang dilakukan yaitu pelaksanaan kegiatan pendampingan berupa sosialisasi kepada pelaku UMKM dan kegiatan berupa seminar

kewirausahaan dengan tema “Menumbuhkan Jiwa *Entrepreneurship* dalam Pemanfaatan Potensi Desa” sasaran kegiatan ini yaitu para pelaku UMKM di desa Sumanding yang baru merintis usaha atau sudah mempunyai usaha sebelumnya dan juga memberikan pengetahuan *e-commerce* sebagai salah satu strategi marketing untuk berlangsungnya sebuah usaha dengan memanfaatkan *digital marketing* yang nantinya dapat meningkatkan perekonomian di era society 5.0.

Adapun metode yang digunakan dalam seminar yaitu (Nurhayati et al., 2022)

a. Ceramah

Metode ini dipilih untuk menjelaskan mengenai *entrepreneurship* dalam memanfaatkan potensi desa dan memberikan pengetahuan *e-commerce* dengan memanfaatkan *digital marketing*.

b. Tanya jawab

Metode ini berupa pertanyaan yang diajukan *audience* dan dijawab langsung oleh narasumber. Hasil akhir yang didapat yaitu *audience* dan juga mahasiswa mendapatkan banyak pengetahuan tentang materi seminar, dan diharapkan bisa menerapkan *digital marketing* pada era 5.0 saat ini.

Adapun tahapan metode pengabdian dalam kegiatan seminar kewirausahaan, yaitu:

a. Tahapan persiapan

Tim PKM dan mitra melakukan koordinasi guna melihat kesiapan Sumber Daya Manusia dan juga perlengkapan yang dibutuhkan dalam acara seminar.

b. Tahapan pelaksanaan

Tahapan ini dilaksanakan penyuluhan dengan materi berupa:

- Seminar dan penyuluhan tentang “Menumbuhkan Jiwa *Entrepreneurship* dalam Pemanfaatan Potensi Desa” dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 23 September 2022.
- Penyuluhan mengenai pengetahuan *e-commerce* sebagai salah satu strategi marketing untuk berlangsungnya sebuah usaha dengan memanfaatkan *digital marketing*.

c. Tahapan monitoring dan evaluasi

Tahapan ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana materi yang telah diserap oleh *audience* pada seminar dan sejauh mana pemahana yang didapat dalam materi yang telah disampaikan oleh narasumber.

d. Tahap Pelaporan

Tahap ini merupakan akhir dari pelaksanaan seminar yang telah dilaksanakan oleh tim PKM, dan hasil dari kegiatan seminar dituang dalam laporan PKM yang nantinya akan dilaporkan kepada Instansi dan juga kepada LPPM IAIN Kudus.

Setelah dilaksanakan kegiatan seminar tersebut maka masyarakat diharapkan melakukan tahapan selanjutnya berupa mengikuti pelatihan *e-commerce* dan pelatihan lainnya yang dapat mendukung kegiatan ini ke arah yang lebih baik lagi dan mencapai target ekonomi yang diharapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berdasarkan *urgensi* teknologi *e-commerce* terhadap pengembangan UMKM yang akan dijelaskan sebagai berikut: Pengabdian Kepada Masyarakat yang melaksanakan kegiatan seminar tentang kewirausahaan dengan tema “Menumbuhkan Jiwa *Entrepreneurship* dalam Pemanfaatan Potensi Desa” yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terhadap pentingnya strategi pemasaran bagi pelaku UMKM, antara lain:

1. Strategi Kepemimpinan Biaya
Strategi perusahaan dengan cara meminimalkan biaya produksi sehingga biaya yang dikeluarkan lebih sedikit.
2. Strategi Deferensiasi
Strategi dengan promosi yang mengarahkan konsumen pada produk yang dibuat oleh produsen. Stagmentasi ini berfokus pada perhitungan penawaran dan permintaan yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Strategi Fokus
Strategi ini digunakan untuk membangun keunggulan produk yang bersaing dalam suatu segmen pasar yang sempit.
4. Strategi *E-Business*

Strategi ini berbasis teknologi internet, yang mana pemilik usaha dapat memasarkan hasil produksinya ke berbagai media social guna mneingkatkan performa dan juga keunggulan kompetitifnya.

5. Strategi Inovasi

Strategi ini dilakukan ketika pemilik usaha sudah memiliki hasil produksi, dengan hasil tersebut pemilik usaha dapat menciptakan produk baru dengan tampilan berbeda yang nantinya dapat menambah nilai baru bagi usahanya.

Fitcher dalam Farhana & Anasrulloh (2022) *e-commerce* merupakan pembelian dan penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha, bisnis, konsumen (Farhana & Anasrullhoh, 2022). *E-commerce* diartikan sebagai transaksi komersil yang melibatkan nilai yang dilakukan dengan teknologi digital antara individu satu dengan yang lain.

Koordinasi dan Pemetaan UMKM di Desa Sumanding

Kegiatan ini dikoordinasi secara daring via Whatsapp oleh pihak kampus yang sudah memetakan setiap kelompok akan melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat di desa yang sudah ditentukan. Kemudian pada tanggal 27 Agustus tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan *survey* lapangan ke desa Sumanding yang nantinya akan kita tempati. Setelah kita *survey* lapangan kita melakukan koordinasi dengan kepala desa Sumanding secara daring via *google meet*, hasil dari koordinasi bersama kepala desa meliputi: (1) Potensi alam desa Sumanding yang melimpah, menjadikan masyarakat berprofesi sebagai petani (2) dari segi sosio-kultural masyarakat desa Sumanding beragama Islam, akan tetapi ada 2 golongan yaitu NU dan Muhammadiyah. Setelah kita koordinasi dengan kepala desa Sumanding, kita sebagai tim Pengabdian Kepada Masyarakat juga perlu melakukan koordinasi antar anggota untuk dikonsepskan seperti apa ketika dilapangan.

Dilanjutkan dengan perancangan tema kegiatan yang disesuaikan dengan hasil koordinasi bersama para pemilik UMKM. Setelah itu kemudian melakukan koordinasi bersama

pemerintah desa terkait pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mendapat izin dan persetujuan mengadakan kegiatan. Dan setelah semua konsep tersusun matang, langkah selanjutnya yaitu mengundang peserta seminar melalui PKK, kumpulan Fatayat Anshor, dan berupa surat undangan.

Karena banyaknya potensi yang dihasilkan dan juga adanya saling rasa menghargai golongan yang dianut diantara sesama di Desa Sumanding, oleh karena itu sesuai dengan tema pengabdian “Pemberdayaan Potensi Desa dan Penguatan Moderasi Beragama” maka Desa Sumanding dipilih menjadi lokasi pengabdian dengan tujuan penguatan dan pemberdayaan potensi-potensi yang ada di desa dan juga penguatan nilai moderasi beragama yang juga sudah ada di Desa Sumanding.

Pelaksanaan Seminar Kewirausahaan

Program selanjutnya dari Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu pelaksanaan seminar kewirausahaan. Kegiatan ini dilakukan pada hari Jumat tanggal 23 September 2022. Hal ini dilakukan karena sudah kesepakatan antar narasumber, tim PKM, dan juga dengan *audience* yaitu para pemilik UMKM. Kegiatan dimulai pada jam 13.30 WIB sampai jam 16.00 WIB secara luring (*offline*). Kegiatan ini bertempat di Gedung pertemuan RA Aisiyyah.

Kegiatan ini dihadiri oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat, kepala desa, dan juga para pemilik UMKM total jumlah peserta kurang lebih 30 orang. Ketua seminar kewirausahaan menyampaikan sambutannya, dan berterimakasih kepada peserta yang telah hadir pada seminar kali ini. Kegiatan seminar diisi oleh dosen IAIN Kudus sebagai narasumber pada materi seminar kewirausahaan ini, yaitu Bapak Hasan Bastomi, M.Pd.I yang telah memberikan banyak pengetahuan tentang digital marketing kepada para peserta yang harapannya ilmu itu dapat digunakan untuk kedepannya agar bisa memajukan usahanya. Salah satu faktor yang menyebabkan suatu bisnis menggunakan *e-commerce* adalah meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis, dan dikatakan efisiensi karena dapat meminimalisir biaya pemasaran tenaga

kerja, maupun *overhead* (Tirtana et al., 2020). Dan meningkatkan efektivitas karena dengan dukungan internet dapat menjangkau konsumen lebih luas dan cepat.



Gambar 1. Foto Bersama dengan Tim PKM dan Para Peserta Seminar

Regulasi terkait UMKM dan *E-Commerce*

Pemanfaatan teknologi informasi di era sekarang sangat bermanfaat bagi dunia bisnis, karena sangat mendukung usaha yang dikelolanya (Meinarni, 2021). Hal ini diatur dalam peraturan perundang-undangan. Pemanfaatan teknologi informasi dapat digunakan untuk mengembangkan perdagangan dan perekonomian khususnya ekonomi masyarakat dan umumnya bisa memperbaiki ekonomi negara. Di dalam UU Informasi dan Transaksi Elektronik (2016) terkait dengan transaksi elektronik, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi pada UMKM. Selain mengetahui UU ITE pada UMKM *go online*, pelaku usaha perlu juga mengetahui adanya beberapa tipe dan jenis regulasi terkait dengan perdagangan. Asas fiksi hukum yang berpendapat bahwa ketika peraturan perundang-undangan telah diundangkan maka dianggap semua orang tahu, dan peraturan tersebut mengikat. Asas ini telah dinormakan dalam penjelasan pasal 81 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang peraturan perundang-undangan dengan diundangkannya peraturan perundang-undangan dalam lembaran resmi sebagaimana dimaksud dalam ketentuan ini, setiap orang dianggap telah mengetahuinya.

Terlepas dari pelaku *e-commerce* UMKM yang semakin banyak, barang dan jasa

memberikan jalan bagi ekonomi masyarakat meski hanya di rumah (Nuri & Abidin, 2020). Menurut Rahmana dalam Nuri & Abidinn (2020) bahwa Usaha Mikro Kecil berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi bagi negara. Hampir setengah dari kontribusi negara adalah berasal Usaha Kecil dan Menengah. UMKM dituntut lebih kreatif dalam membangun daya saingnya, yang menjadi faktor terpenting dalam persaingannya yaitu pada Teknologi Informasi (TI), penggunaan TI ini berguna untuk meningkatkan tranformasi TI dapat merubah bisnis melalui kecepatan, ketepatan, dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah banyak.

Desain Kemasan pada *E-commerce*

Menurut Kotler dalam Pandiangan (2022) mengatakan bahwa ada tujuh indikator produk desain, yaitu:(Maruli & Pandiangan, 2022)

1. Karakteristik, yaitu karakteristik sebagai fungsi dasar dari suatu produk. Beberapa perusahaan berinovasi menambahkan fitur baru ke produk mereka.
2. Kinerja, yaitu yang utama adalah karakteristik dari produk tersebut kapan pengoperasian. Pembeli biasanya akan membandingkan penampilan produk dari merk yang berbeda. Pembeli biasanya akan membeli dengan harga yang tinggi jikadinilai penampilan produk lebih menarik.
3. Kualitas, yaitu kesesuaian produk desain dan pengoperasian karakteristik, hal itu akan menjanjikan target spesifikasi.
4. Durabilitas, yaitu mengharapkan pengoperasian produk tertentu. Semakin lama masa pemakaian produk, biasanya produk tersebut berkualitas baik.
5. Testabilitas, yaitu ukuran produk yang kemungkinan produk tersebut gagal dari waktu periode.
6. Ease dari memperbaiki, yaitu ukuran kemudahan dalam pemeliharaan atau perawatan produk ang dirancang sedemikina rupa supaya konsumen mudah untuk memperbaiki dan merawat produk tersebut.
7. Model (gaya), yaitu memperlihatkan produk agar terlihat menyenangkan dan menarikkonsumen untuk membeli produk

tersebut dengan menyediakan desain yang unggul.

Evaluasi Hasil Pengabdian

Evaluasi hasil dari kegiatan pengabdian ini yaitu bahwa semua kegiatan telah direncanakan dengan matang sehingga acara yang diselenggarakan dapat berjalan dengan lancar. Dengan indikator keberhasilan yaitu tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan para peserta seminar merasa puas akan materi yang diberikan oleh narasumber. Narasumber mampu memberikan banyak masukan teradap permasalahan yang dikeluhkan dari para peserta seminar untuk meningkatkan pendapatan mereka. Semua tahapan ini dilakukan atas kesepakatan bersama yang dilakukan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan seluruh peserta seminar untuk terus meningkatkan kualitas produksi dan kompetensi wirausaha.

Keberhasilan kegiatan ini ditunjukkan dengan indikator : (1) keberhasilan target peserta seminar berjumlah 30 orang, (2) tercapainya tujuan dari seminar kewirausahaan yaitu memberikan pengetahuan tentang strategi *marketing* dan juga *digital marketing*, (3) tercapainya target materi yang diberikan oleh narasumber yang telah drencanakan sebelumnya, yaitu tentang strategi *marketing*, (4) kemampuan peserta dalam menguasai materi dalam strategi *marketing*, yaitu para pelaku UMKM bisa mempromosikan hasil produksinya ke media sosial ataupun ke *marketplace*.

Berdasarkan dari evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diidentifikasi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan program pengabdian masyarakat ini. Secara garis besar faktor pendukung dan faktor penghambat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Faktor pendukung
 - a. Antusiasme masyarakat terhadap pelaksanaan seminar kewirausahaan, karena jarang sekali masyarakat yang tertarik terhadap dengan diadakan seminar di desa Sumanding.

- b. Adanya dukungan dari kepala desa terhadap pelaksanaan pengabdian di desa Sumanding.
 - c. Kekompakan, kerjasama, dan koordinasi yang cukup baik antara anggota.
2. Faktor penghambat
 - a. Kurangnya dana pendukung dari kampus guna melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat.
 - b. Kurangnya komunikasi antara kepala desa terhadap tempat pelaksanaan seminar yang awalnya di balai desa dibatalkan mendadak sehingga membuat tim kebingungan mencari tempat dan akhirnya tempat pelaksanaan menjadi di Gedung pertemuan RA. Aisyiyah.
 - c. Molornya waktu pelaksanaan seminar kewirausahaan karena peserta yang datang tidak tepat waktu.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), yaitu:

1. Bertambahnya pengetahuan bagi peserta seminar tentang akan *e-commerce* serta perkembangan *digital marketing*.
2. Bertambahnya wawasan tentang cara menggunakan marketplace untuk sarana penjualan
3. Dari kegiatan seminar kewirausahaan diharapkan ada inovasi baru yang dilakukan untuk usaha yang sedang dijalankan oleh para pelaku UMKM agar pangsa pasar semakin luas.
4. Untuk Pengabdian Kepada Masyarakat yang perlu ditingkatkan yaitu dengan membuat laporan keuangan yang sampai saat ini masih belum dilakukan oleh sebagian besar para pelaku UMKM yang ada di desa Sumanding, itu menjadi salah satu faktor agar usaha UMKM yang ditekuninya menjadi lebih baik lahi kedepannya.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Institut Agama Islam Negeri Kudus yang telah memberikan wadah, dukungan *financial* dan juga motivasi terhadap kegiatan Pengabdian Kepada

Mayarakat untuk berkreasi dan menuangkan hasil Pengabdian Kepada Masyarakat dalam karya ilmiah. Penulis berterimakasih kepada kepala desa dan seluruh staff yang telah memberikan arahan kepada tim PKM, khususnya UMKM desa Sumanding yang telah membantu kegiatan ini. Serta penulis mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan banyak bimbingan kepada tim PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Harahap, M. I. S., Alfi Hidayat, Jannah, M., & Irmawani. (2023). *Pengenalan E-Commerce Shopee dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Basreng Sua Snack Tembung Medan*. 2(1), 1–23.
- Farhana, & Anasrullhoh, M. (2022). Kontribusi e-commerce dalam meningkatkan omzet penjualan pada usaha mikro di Kecamatan Besuki. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(9), 1278–1285.
- Karsono, L. D. P., & Azzarqo, K. (2023). Utilisasi UMKM Kreatif Melalui Product Branding Pada Era Society 5.0. *Madaniya*, 4(1).
- Maruli, S., & Pandiangan, T. (2022). *Pengaruh Desain Kemasan terhadap Repurchase Intention to Politeknik IT & B Medan Menggunakan E-Commerce Aplikasi*. 01, 15–21.
- Meinarni, N. P. S. (2021). *UMKM Goes to Online Regulasi E-Commerce* (pertama). Depublish.
- Nurhayati, Y., Maesyaroh, S., & Priguna, G. (2022). Pengenalan Dan Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Untuk Mengembangkan Potensi Desa. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 1(1), 12–16.
<https://doi.org/10.25134/jise.v1i1.9>
- Nuri, E. P., & Abidin, Z. (2020). Literasi Peran Teknologi E-Commerce Dalam Perkembangan Ekonomi Masyarakat Di Indonesia Di Saat Wabah Covid 19. *Jurnal Edu Eduelektromatika (JEE)*, 1(1), 11–21.
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan Kualitas Umkm Berbasis Digital Dengan Metode Participatory Action Research (PAR). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–81.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>

- Tirtana, A., Zulkarnain, A., Kristanto, B. K.,
Suhendra, S., & Hamzah, M. A. (2020).
Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce
Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM.
Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia,
14(2), 101.
<https://doi.org/10.32815/jitika.v14i2.473>
- Zulkarnain, A. (2019). Penerapan Mobile-First
Design pada Antarmuka Website Profil
Sekolah Menggunakan Metode Human-
Centred Design (Studi Kasus: SMPN 21
Malang). *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi*
Asia, *13*(2), 125.
<https://doi.org/10.32815/jitika.v13i2.408>