

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PLATFORM *E-COMMERCE* BERBASIS AI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL

Yoeyong Rahsel¹, Winia Waziana², Ricco Herdiyan Saputra³, Panji Andhika Pratomo^{4*}

^{1,2,3}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Ilmu komputer, Institut Bakti Nusantara
Jl. Wismarini No. 09, Pringsewu Selatan, Pringsewu, Indonesia
yrahsel@gmail.com¹, winiawaziana@gmail.com², saputraherdiyanricco@gmail.com³

⁴Manajemen Informatika, Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Lampung
Jl. Soekarno Hatta No.10, Kota Bandar Lampung, Indonesia
panjiandhikap@gmail.com^{4*}
(* Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia is a top priority in efforts to strengthen the national economy. The UMKM Natar Community serves as a platform for MSME actors in Natar District, South Lampung Regency, consisting of 113 members engaged in sectors such as culinary, crafts, fashion, agriculture, and health. Despite its great potential, this community still faces several challenges, including the suboptimal use of digital media for marketing, conventional business management practices, and limited human resource skills. To address these issues, digital transformation is believed to be an effective solution to support MSME growth. This community service activity aims to provide outreach, training, and mentoring to UMKM Natar members regarding digital transformation and skills enhancement in product marketing management. Through methods involving education, technology application, and training in digital marketing, business management, and human resource development, this activity successfully improved participants' understanding and ability to use technology, including Artificial Intelligence (AI), to support the online management and marketing of their businesses.

Keywords: *empowerment; digital transformation; management; marketing; UMKM.*

Abstrak

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia menjadi prioritas utama dalam upaya meningkatkan perekonomian nasional. Komunitas UMKM Natar merupakan wadah bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan, yang terdiri dari 113 anggota yang bergerak di sektor kuliner, kerajinan, *fashion*, pertanian, dan kesehatan. Meskipun memiliki potensi yang besar, komunitas ini masih menghadapi beberapa kendala, seperti pemanfaatan media digital yang belum optimal dalam kegiatan pemasaran, pengelolaan usaha yang masih bersifat konvensional, serta keterbatasan sumber daya manusia dalam hal keterampilan. Untuk menjawab tantangan tersebut, transformasi digital diyakini dapat menjadi solusi efektif dalam mendukung pengembangan usaha UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kepada anggota Komunitas UMKM Natar terkait transformasi digital dan peningkatan keterampilan dalam manajemen pemasaran produk. Melalui metode yang mencakup edukasi, pemanfaatan teknologi, serta pelatihan di bidang pemasaran digital, manajemen usaha, dan pengembangan SDM, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi, termasuk kecerdasan buatan (AI), untuk mendukung pengelolaan dan pemasaran usaha secara *online*.

Kata Kunci: pemberdayaan; transformasi digital; manajemen; pemasaran; UMKM.

PENDAHULUAN

UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia karena perannya dalam menopang perekonomian dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi mayoritas tenaga kerja di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia, UMKM memberi kontribusi 60% atau sekitar Rp 8.573 Triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia setiap tahun. Kemudian pemenuhan tenaga kerja pada UMKM juga meningkat menjadi 97% atau 116 juta orang [1]. Upaya pengembangan UMKM di Indonesia menjadi fokus penting pemerintah sebagai bagian dari pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan sebagai pondasi dalam sistem ekonomi berbasis kerakyatan, yang bertujuan untuk mengurangi kesenjangan pendapatan antar kelompok masyarakat, mengatasi masalah kemiskinan, serta meningkatkan penyerapan tenaga kerja [2].

Pengembangan UMKM tidak hanya dilihat sebagai strategi bisnis semata, tetapi juga sebagai langkah strategis dalam menangani ketidaksetaraan pendapatan di antara berbagai lapisan masyarakat [3]. Melalui pemberdayaan UMKM, pemerintah berharap dapat mengurangi kesenjangan ekonomi serta meningkatkan daya beli masyarakat secara keseluruhan [4]. Selain itu, pengembangan UMKM juga dapat mengatasi permasalahan kemiskinan dengan memberikan peluang ekonomi kepada mereka yang berada di lapisan masyarakat terpinggirkan. Dengan memberikan akses yang lebih besar kepada pelaku UMKM, pemerintah berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan mengurangi tingkat kemiskinan. Selanjutnya, pengembangan UMKM juga diharapkan dapat menjadi solusi bagi masalah pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja baru [5]. Dengan meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM, akan terjadi peningkatan dalam penyerapan tenaga kerja, terutama di wilayah-wilayah yang membutuhkan pertumbuhan ekonomi lebih lanjut.

Sejalan dengan program pemerintah, Komunitas UMKM Natar juga memiliki visi dan misi yang sama dalam pengembangan UMKM. Komunitas UMKM Natar terbentuk pada tanggal 22 Pebruari 2020 merupakan kumpulan para pengusaha UMKM yang berada di wilayah Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan, memiliki tujuan untuk melakukan pendampingan, pelatihan pengurusan perizinan serta permodalan untuk UMKM yang berada di wilayah Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Saat ini anggota Komunitas UMKM Natar berjumlah 113

anggota, yang terdiri dari UMKM bidang kuliner, kerajinan, *fashion*, *craft*, pertanian dan kesehatan. Gambar 1 menyajikan suasana musyawarah kerja Komunitas UMKM Natar pada tahun 2023.



Sumber : (Komunitas UMKM Natar, 2023) [6]

Gambar 1. Suasana Musyawarah Kerja Tahun 2023

Dalam perjalanannya Komunitas UMKM Natar seringkali dihadapkan pada beragam permasalahan yang membatasi potensi pertumbuhan. Salah satu aspek utama yang kerap menjadi hambatan adalah aspek pemasaran yang menjadi sumber permasalahan serius bagi UMKM [7]. Banyak dari mereka menghadapi tantangan dalam memahami strategi pemasaran digital, memanfaatkan *platform e-commerce* dan mengoptimalkan promosi dengan anggaran terbatas. Kurangnya pengetahuan tentang perilaku konsumen dan kurangnya kehadiran *online* seringkali membuat UMKM sulit untuk terlibat secara efektif dalam persaingan pasar modern [8], [9]. Aspek ini menjadi krusial karena menciptakan visibilitas yang baik di pasar merupakan faktor penting dalam daya saing dan kelangsungan bisnis UMKM [10]. Kemudian aspek manajemen, manajemen UMKM yang dijalankan secara tradisional [11], [12]. Pencatatan keuangan yang dilakukan oleh mitra masih tergolong sangat dasar dan belum mampu menghasilkan laporan keuangan yang memadai [13]. Aspek manajemen lainnya, seperti perencanaan dan pengendalian operasional usaha, juga belum dijalankan secara optimal [14]. Selain itu, banyak anggota yang menghadapi kesulitan dalam merekrut, mengembangkan, dan mempertahankan karyawan berkualitas [15]. Terbatasnya dana untuk pelatihan, kurangnya insentif dan tantangan dalam menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi menjadi kendala utama dalam optimalisasi SDM [16], merintang kemampuan UMKM untuk bersaing dan berkembang.

Berdasarkan hal tersebut di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana

meningkatkan efisiensi operasional, keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM dengan transformasi digital berbasis AI. Adapun tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan kepada Komunitas UMKM Natar mengenai transformasi digital serta keterampilan dalam manajemen pemasaran produk usaha agar mitra mampu mengelola hasil digitalisasi dengan baik dan mampu memasarkan produk dengan baik. Sedangkan manfaat dari PKM ini, dengan mengadopsi *platform e-commerce* berbasis AI, para pelaku UMKM memperoleh peningkatan dalam efisiensi operasional, keterampilan, dan pengetahuan digital yang penting untuk bersaing di pasar modern. Pelatihan dan bimbingan yang diberikan membantu mereka memahami dan memanfaatkan teknologi AI untuk mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan pemasaran, dan memperluas jangkauan pasar.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Agar program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat berjalan secara optimal, metode pelaksanaan yang digunakan mencakup tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2 dengan rincian sebagai berikut.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan tim PKM melakukan *survey* dan observasi ke mitra serta melakukan diskusi terkait jadwal pelaksanaan PKM.

Tahap Pelaksanaan

Langkah pertama dilakukan sosialisasi dengan target peserta adalah para anggota/ pelaku dari Komunitas UMKM Natar. Peserta akan diberikan sosialisasi mengenai *platform e-commerce* berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan anggota dan mitra dalam transformasi digital dengan menggunakan metode *brainstorming*. Hal ini dilakukan agar dapat menggali ide-ide inovatif, memecahkan masalah,

dan mengembangkan strategi yang efektif untuk implementasi teknologi dalam bisnis UMKM.

Tahap selanjutnya penerapan teknologi, Penerapan teknologi *platform e-commerce* berbasis AI bagi mitra membuka pintu bagi transformasi digital yang memungkinkan mitra untuk mengoptimalkan operasional. Metode *problem solving* digunakan pada tahap ini. Metode ini diterapkan agar dapat mengidentifikasi, menganalisis dan memecahkan masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, serta untuk merancang solusi yang efektif dan berkelanjutan

Tahap terakhir dengan melalui pelatihan dan pendampingan, Seiring dengan penerapan teknologi *platform e-commerce* berbasis AI, penting untuk memberikan pelatihan kepada mitra tentang cara menggunakan teknologi baru ini secara efektif meliputi pelatihan langsung, tutorial *online*, atau dokumentasi yang mudah dipahami. Selain itu, pendampingan berkelanjutan juga diperlukan untuk membantu mitra dalam mengatasi masalah teknis atau strategis yang mungkin timbul selama penggunaan *platform*.

Evaluasi

Pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap luaran dari permasalahan, kinerja dan dampak *platform* terhadap mitra. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan, serta memastikan bahwa *platform* tetap relevan dan bermanfaat bagi penggunaannya dalam jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari Sabtu dan Minggu, 7-8 September 2024 telah diselenggarakan kegiatan pengabdian masyarakat di DT Cafe, Desa Merak Batin, Kabupaten Lampung Selatan, Lampung. Kegiatan ini dilaksanakan dari pukul 09.00 hingga pukul 15.00 dan dihadiri oleh 27 orang peserta dari Komunitas UMKM Natar.

Solusi Permasalahan

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan terhadap anggota komunitas, tim merumuskan beberapa alternatif solusi untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh mitra, sebagaimana tercantum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Solusi Permasalahan

Permasalahan	Solusi	Luaran
Belum memanfaatkan secara maksimal <i>media online</i>	Sosialisasi dan pelatihan pengelolaan <i>platform e-commerce</i>	Meningkatkan pengetahuan peserta dalam transformasi digital usaha.

Permasalahan	Solusi	Luaran
untuk melakukan pemasaran. Manajemen perusahaan dijalankan secara tradisional	berbasis AI.	
Minimnya sumber dayamnesia yang memiliki keterampilan	Penerapan teknologi dan pendampingan <i>platform e-commerce</i> berbasis AI. Pelatihan dan pendampingan keterampilan dalam menggunakan <i>platform e-commerce</i> berbasis AI	Peningkatkan efisiensi dalam manajemen bisnis, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Membantu peserta dalam mengatasi masalah teknis atau strategis yang mungkin timbul selama penggunaan <i>platform</i> .

Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2024)

Berdasarkan Tabel 1 diatas, permasalahan yang dihadapi oleh mitra seperti pemanfaatan secara maksimal media *online* untuk melakukan pemasaran yg belum optimal, manajemen usaha yang dijalankan secara tradisional serta minimnya kemampuan SDM yang memiliki keterampilan sedangkan solusi untuk permasalahan mitra dengan melakukan transformasi digital melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan kepada Komunitas UMKM Natar.

Kegiatan PKM

Adapun langkah-langkah yang dilakukan oleh Tim PKM untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra mencakup beberapa aktivitas berikut:

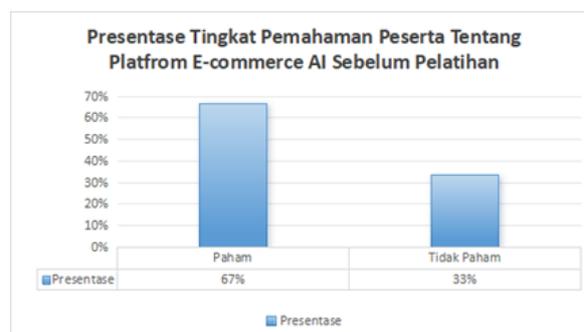
1. Sosialisasi tentang penggunaan *platform e-commerce* berbasis AI.

Kegiatan sosialisasi diawali dengan pemaparan mengenai tujuan serta manfaat program, yang kemudian dilanjutkan dengan penjelasan komprehensif seputar teknologi kecerdasan buatan (AI) dan penerapannya dalam *platform e-commerce*, seperti *weshoop.ai* dan *seller.tokopedia.com*. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan pada fitur-fitur unggulan *platform e-commerce* berbasis AI, seperti personalisasi pengalaman pelanggan, manajemen inventaris cerdas, dan analisis data penjualan. Selanjutnya, peserta mengikuti pelatihan langsung mengenai proses pendaftaran, pengelolaan toko *online*, hingga pemanfaatan fitur-fitur AI untuk meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional. Sesi ini juga dilengkapi dengan diskusi interaktif dan tanya jawab guna menjawab pertanyaan serta mengatasi keraguan dari peserta.

2. Pelaksanaan *pre-test* sebelum pelatihan dan *post-test* setelah pelatihan dilakukan untuk

mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta mengenai penggunaan *platform e-commerce* berbasis AI.

Pre-test diberikan sebelum pelatihan dimulai untuk mengidentifikasi pengetahuan dasar peserta terkait teknologi digital, *e-commerce*, dan AI. Tes ini dirancang untuk mengukur sejauh mana pemahaman peserta terhadap konsep-konsep yang akan diajarkan dalam pelatihan. Adapun Grafik hasil pengisian *pretest* oleh peserta dapat dilihat pada Gambar 3.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 3. Grafik Tingkat Pemahaman Peserta Sebelum Pelatihan

Berdasarkan grafik *pretest* pada Gambar 3 dapat dilihat sebesar 67% atau hanya 18 dari 27 peserta yang paham mengenai *platform e-commerce* AI.

3. Pelatihan dan pendampingan

Tahapan ini dilakukan untuk menjamin bahwa peserta memperoleh pemahaman dan kemampuan yang memadai dalam menggunakan sistem secara optimal. Adapun pelaksanaan teknis pelatihan dan pendampingan pada kegiatan PKM dilakukan sebagai berikut:

- Pelatihan penggunaan *platform*, memberikan pelatihan mengenai cara menggunakan *platform e-commerce* berbasis AI seperti pengelolaan produk, pemasaran, transaksi, dan analisis data penjualan.
- Pendampingan teknis dilakukan dengan memberikan bantuan langsung terkait penggunaan *platform*, mencakup penanganan kendala teknis yang mungkin muncul serta panduan dalam mengoptimalkan pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia di dalam *platform* tersebut.
- Pengenalan AI dalam *e-commerce*, mengajarkan cara memanfaatkan fitur berbasis AI seperti rekomendasi produk, analisis perilaku konsumen, dan otomatisasi pemasaran.

Optimasi SEO bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat *platform e-commerce* di mesin pencari, yang sangat penting untuk menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan penjualan dengan langkah-langkah :

- Riset kata kunci, dengan menentukan kata kunci yang relevan dengan produk yang dijual, berdasarkan analisis pasar dan preferensi pengguna. Penggunaan kata kunci yang tepat dapat meningkatkan peringkat halaman produk di hasil pencarian.
- On-Page* SEO, mengoptimalkan elemen-elemen di dalam *platform e-commerce* seperti judul halaman, deskripsi produk, URL, gambar, dan struktur konten untuk memastikan bahwa halaman-halaman tersebut mudah ditemukan oleh mesin pencari.
- Off-Page* SEO, melalui peningkatan otoritas *domain platform* melalui strategi seperti *backlinking*, media sosial, dan kolaborasi dengan pihak lain untuk meningkatkan reputasi *online*.
- Konten berkualitas, dengan menghasilkan konten yang bermanfaat dan relevan bagi pengguna, termasuk deskripsi produk yang mendetail, artikel *blog* terkait, dan testimonial pelanggan yang dapat meningkatkan trafik dan keterlibatan.

Peran analisis data sangat penting untuk memahami perilaku konsumen, mengidentifikasi tren pasar, dan mengoptimalkan strategi penjualan sebagai berikut :

- Pengumpulan data, tim mengumpulkan data transaksi, perilaku pengguna, dan data produk dari berbagai sumber yang ada dalam *platform e-commerce*.
- Penerapan AI dalam analisis data, menggunakan algoritma kecerdasan buatan untuk menganalisis data dan menghasilkan wawasan yang berguna, seperti rekomendasi produk otomatis, prediksi perilaku konsumen, dan analisis sentimen pelanggan.
- Pemantauan kinerja *platform*, menganalisis kinerja *platform* dalam hal konversi, penjualan, tingkat retensi pelanggan, dan faktor-faktor lainnya untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan.

4. *Monitoring* dan Evaluasi

Pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap permasalahan, kinerja dan dampak *platform* terhadap mitra. Hal ini bertujuan untuk untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan, serta memastikan bahwa *platform*

tetap relevan dan bermanfaat bagi penggunanya dalam jangka panjang.

Pada Gambar 4, peserta sedang menyimak pembahasan yang disajikan oleh narasumber, sedangkan Gambar 5 merupakan foto panitia dan peserta PKM.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 4. Suasana Kegiatan dengan Peserta



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 5. Panitia dan Peserta PKM

Evaluasi

Evaluasi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan membandingkan skor yang diperoleh peserta antara *pre test* dan *post test*. Tujuannya adalah untuk mengukur sejauh mana peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Gambar 6 menunjukkan grafik hasil *post test* yang diisi peserta setelah mengikuti pelatihan.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 6. Grafik Tingkat Pemahaman Peserta Setelah Pelatihan

Setelah penyampaian materi dilakukan, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta. Hal ini tercermin dari persentase peserta yang memahami materi mencapai 93%, meningkat sebesar 26% dibandingkan saat *pre test*. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta.

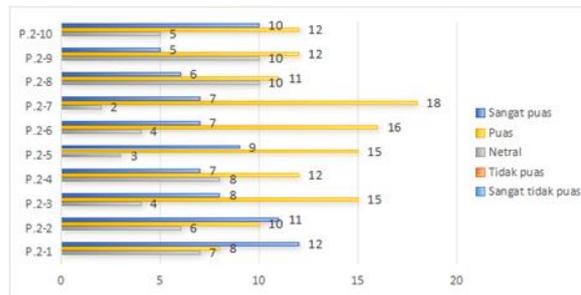
Pada akhir pelatihan tim akan melihat kesesuaian tujuan dengan melakukan evaluasi keseluruhan kegiatan yang akan bertujuan untuk mengukur sejauh mana pelatihan berhasil meningkatkan kemampuan anggota Komunitas UMKM Natar dalam transformasi digital. Pada tabel 2 disajikan kuesioner yang diberikan kepada peserta, kemudian diperoleh data dari kuesioner yang akan menjadi dasar untuk melakukan perbaikan dan pengembangan program pelatihan di masa mendatang, sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih berkelanjutan bagi para pelaku UMKM sesuai Gambar 7.

Tabel 2. Pertanyaan Kuesioner

Kode	Pertanyaan
P.2-1	Seberapa bermanfaatkah pelatihan tentang penggunaan platform e-commerce berbasis AI dalam meningkatkan pemahaman Anda?
P.2-2	Seberapa mudah Anda memahami materi yang disampaikan selama pelatihan?
P.2-3	Seberapa efektif platform e-commerce berbasis AI dalam membantu Anda mengelola bisnis secara <i>online</i> ?
P.2-4	Seberapa puas Anda dengan dukungan teknis yang diberikan selama kegiatan pengabdian masyarakat ini?
P.2-5	Seberapa besar peningkatan yang Anda rasakan dalam kemampuan Anda menggunakan teknologi AI setelah mengikuti kegiatan ini?
P.2-6	Seberapa relevan materi yang disampaikan dengan kebutuhan bisnis Anda sehari-hari?
P.2-7	Seberapa besar platform e-commerce berbasis AI dapat membantu Anda dalam meningkatkan penjualan produk?
P.2-8	Seberapa puas Anda dengan antarmuka pengguna platform e-commerce berbasis AI yang diperkenalkan?
P.2-9	Seberapa besar kemungkinan Anda akan terus menggunakan platform e-commerce berbasis AI ini setelah kegiatan pengabdian masyarakat selesai?
P.2-10	Seberapa baik menurut Anda kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan secara keseluruhan?

Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2024)

Berdasarkan Gambar 7 sebanyak 48% responden menyatakan puas dan 30% sangat puas dalam mengikuti kegiatan ini.



Sumber : (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 7. Hasil Kuesioner-evaluasi kegiatan

Berdasarkan Gambar 6 dan Gambar 7 sebagian besar peserta merasakan peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek pengetahuan, keterampilan, operasional dan manajerial bisnis. Transformasi digital yang diimplementasikan melalui *platform e-commerce* berbasis AI telah membantu UMKM dalam mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan keterampilan dalam mengelola usaha dan memperluas pengetahuan tentang teknologi yang relevan. Responden yang merasa puas dan sangat puas mencerminkan keberhasilan program ini dalam memberikan manfaat nyata bagi pelaku UMKM di wilayah Natar.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang *platform e-commerce* berbasis AI mendapatkan tanggapan yang positif dari sebagian besar peserta. Hal ini tercermin dari banyaknya responden yang merasa puas atau sangat puas dengan berbagai aspek pelatihan, seperti pemahaman materi dan antarmuka pengguna *platform*. Kegiatan ini telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi AI untuk mengelola bisnis *online*.

Namun, terdapat beberapa area yang perlu diperbaiki untuk memastikan manfaat yang lebih besar dan berkelanjutan bagi peserta dan kegiatan PKM yang selanjutnya. Pertama, aktivitas *platform* dalam membantu meningkatkan penjualan produk. Meskipun *platform* ini memiliki potensi besar, terdapat peserta yang merasa bahwa dampaknya terhadap penjualan yang masih belum optimal. Oleh karena itu, pengembangan fitur-fitur yang lebih spesifik dan relevan dengan kebutuhan bisnis peserta sangat diperlukan. Kedua, pemahaman materi juga menjadi perhatian penting. Meskipun sebagian besar peserta merasa cukup puas dengan materi yang disampaikan, ada yang merasa kesulitan memahami beberapa konsep. Penyederhanaan materi atau penggunaan metode pengajaran yang lebih interaktif dapat membantu

peserta memahami materi dengan lebih baik. Menyediakan tutorial tambahan atau sesi konsultasi individu juga bisa menjadi solusi efektif. Ketiga, dukungan teknis juga merupakan aspek lain yang perlu ditingkatkan. Membangun tim dukungan teknis yang dapat memberikan bantuan secara *real-time* dan menyediakan sumber daya tambahan, seperti *FAQ* atau video tutorial, dapat membantu peserta mengatasi masalah teknis yang hadapi dengan lebih cepat dan efisien.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Secara khusus, apresiasi ditujukan kepada Kemendikbud Ristek melalui Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah memberikan pendanaan dalam Program Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2024. Terima kasih juga disampaikan kepada Komunitas UMKM Natar yang telah menjadi mitra dan berkontribusi aktif dalam kegiatan ini, sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat yang nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "KUMKM Dalam Angka," KUMKM Dalam Angka. Accessed: Dec. 23, 2023. [Online]. Available: <https://kemenkopukm.go.id/kumkm-dalam-angka/?type=indikator-umkm&sub=0>
- [2] Lestari, S., Susilowati, D., and Farida, Y.N, "Pemetaan Kondisi Umkm Di Kabupaten Banyumas," in *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers*, Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman, 2021.
- [3] H. Zia, "Pengaturan Pengembangan Umkm di Indonesia," *RLJ*, vol. 1, no. 1, Feb. 2020, doi: 10.36355/rlj.v1i1.328.
- [4] M. E. Atmojo, "Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi," *dinamisia*, vol. 6, no. 2, pp. 378–385, Apr. 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i2.8214.
- [5] C. Yolanda, "Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia," *jmdb*, vol. 2, no. 3, pp. 170–186, Apr. 2024, doi: 10.36490/jmdb.v2i3.1147.
- [6] Komunitas UMKM Natar, "Musyawarah Kerja Tahun 2023," Musyawarah Kerja Tahun 2023. [Online]. Available: <https://www.instagram.com/reel/CnwFliuj>
- [7] Awang Surya and W. Wilarso, "Pendampingan Dasar-Dasar Strategi Pemasaran dalam Era Digital untuk UMKM Kecamatan Cileungsi," *JPMWP*, vol. 6, no. 1, pp. 23–28, Feb. 2022, doi: 10.30656/jpmwp.v6i1.3524.
- [8] M. A. Sifwah, Z. Z. Nikhal, A. P. Dewi, N. Nurcahyani, and R. N. Latifah, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, vol. 2, no. 1, pp. 109–118, Mar. 2024, doi: 10.57235/mantap.v2i1.1592.
- [9] Silvia Ayu Larasati, Anandyatiwi Istiqomah, Anggrea Sekar Ramadani, Azulfatun Khoiriyah, and Denny Oktavina Radianto, "Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)," *CEMERLANG*, vol. 4, no. 2, pp. 321–332, May 2024, doi: 10.55606/cemerlang.v4i2.2867.
- [10] S. Mariam and A. H. Ramli, "Pelatihan Dan Pendampingan Membangun Praktik Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran Umkm Di Kota Jakarta Barat," *COMMUSER EMPO ENGA*, vol. 3, no. 4, pp. 379–390, Nov. 2023, doi: 10.53067/icjcs.v3i4.149.
- [11] M. A. Harahap, A. Daud, and A. Sinaga, "Pelatihan Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM di Desa Bubun Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat," *EJPM*, vol. 2, no. 3, pp. 336–345, Jul. 2022, doi: 10.47467/elmujtama.v2i3.1863.
- [12] A. Chafidz and A. Y. D. Lestari, "Pengenalan Teknologi Ekstraksi Zat Warna Alam Untuk Pewarna Alami Batik Di Ukm Batik Tulis 'Kebon Indah', Bayat, Klaten," *jks*, vol. 3, no. 2, pp. 101–108, Jan. 2021, doi: 10.31334/jks.v3i2.1271.
- [13] S. W. Bakri Katti and M. Mutmainah, "Penyuluhan Pentingnya Pembukuan Umkm Sederhana Dan Tahapan Penyusunan Studi Kelayakan Usaha," *dymas*, vol. 5, no. 2, pp. 58–60, Nov. 2020, doi: 10.33319/dymas.v5i2.48.
- [14] M. Jamil, D. Mutmainnah, and M. Azizah, "Pendampingan Manajemen Usaha Dan Manajemen Keuangan Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya," *SHARE*, vol. 8, no. 2, pp. 196–207, Aug. 2022, doi: 10.9744/share.8.2.196-207.

- [15] R. Herliyani, S. Annisa, S. P. H. Sandi, and D. E. Hidayaty, "Strategi MSDM yang Efektif dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM D'SRUPUT," *EJPM*, vol. 4, no. 2, pp. 240–247, Jan. 2024, doi: 10.47467/elmujtama.v4i2.837.
- [16] I. Ratnasari, A. P. Arnu, and H. Hannie, "Pelatihan Digital Marketing Pada Anggota Koperasi Umkm Juara Kabupaten Karawang," *J. Abdimas Mandiri*, vol. 5, no. 1, Jul. 2021, doi: 10.36982/jam.v5i1.1823.