

Pengenalan *E-Commerce* Kepada Masyarakat Desa Citorek Tengah Lebak Banten

Ahmad Dimiyati, Hanum Puspa Dhiani, Ma'fiah, Surti Wardani

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pamulang

Email : dosen01703@unpam.ac.id, dosen01734@unpam.ac.id, dosen01706@unpam.ac.id,
dosen01707@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Citorek Tengah, Lebak Banten ini untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan *e-commerce* sebagai salah satu sarana dalam memasarkan produk, dan memberikan demonstrasi kepada masyarakat agar dapat menggunakan *market place* dan media sosial untuk memasarkan produk.

Metode pelaksanaan pengabdian ini berupa seminar dan forum diskusi dengan peserta masyarakat Desa Citorek Tengah yang menjalankan usaha. Kegiatan diawali dengan persiapan, berupa observasi dan koordinasi dengan Kepala Desa serta kelompok mahasiswa Desa Citorek Tengah. Kemudian dibuat penyusunan rencana kegiatan PKM, diikuti dengan pengajuan proposal PKM kepada LPPM sampai persetujuan proposal diperoleh dan pelaksanaan kegiatan pada tanggal yang telah disepakati. Seminar yang diikuti forum diskusi menyampaikan konsep tentang *e-commerce*, macam-macam jenis *e-commerce* jangkauan *e-commerce*, kelebihan dan kekurangan *e-commerce*, dan hal lain seputar *e-commerce*. Tim pelaksana kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen S-1 sebanyak 4 (empat) orang. Kegiatan diakhiri dengan praktek langsung oleh peserta dan diskusi guna mencari alternatif solusi dalam mengatasi permasalahan yang ada.

Hasil pengabdian masyarakat yang diperoleh adalah bertambahnya pengetahuan bagi para peserta (masyarakat) Desa Citorek Tengah dan dapat langsung mulai menerapkan kegiatan jual-beli secara *online* dengan *E-Commerce* guna percepatan dan perluasan pemasaran produknya. Selain itu masyarakat telah ikut andil pada kemajuan teknologi informasi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Citorek Tengah dan juga masyarakat Lebak Banten. PKM ini sekaligus sebagai pengenalan Universitas Pamulang dan bentuk kerjasama antara Universitas Pamulang dengan Desa Citorek Tengah, Lebak Banten.

Kata Kunci: E-Commerce, Internet, Online.

ABSTRACT

The purposes of this community service activity (PKM) in Central Citorek Village, Lebak Banten are to increase public knowledge about the use of e-commerce as a means of marketing products and provide demonstrations to the public so that they can use market places and social media to market products.

The method of implementing this service is in the form of seminars and discussion forums with community participants in the Central Citorek Village who run the business. The activity begins with preparation, in the form of observation and coordination with the Village Head and

student groups of Central Citorek Village. Then a PKM activity plan is made, followed by submitting a PKM proposal to LPPM until approval of the proposal is obtained and the implementation of activities on the agreed date. The seminar which was followed by a discussion forum conveyed the concept of e-commerce, various types of e-commerce, the reach of e-commerce, the advantages and disadvantages of e-commerce, and other things about e-commerce. The team implementing community service activities is lecturers at the Faculty of Economics and Business. Management Study Program S-1 as many as 4 (four) people. The activity ended with direct practice by the participants and discussions in order to find alternative solutions in overcoming existing problems.

The results of community service obtained are increased knowledge for the participants (community) of Central Citorek Village and can immediately start implementing online buying and selling activities with E-Commerce in order to accelerate and expand the marketing of their products. In addition, the community has taken part in the advancement of information technology in improving the economy of the people of Central Citorek and also the people of Lebak Banten. This PKM is also an introduction to Pamulang University and a form of collaboration between Pamulang University and Citorek Tengah Village, Lebak Banten.

Keywords: *E-Commerce, Internet, Online*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang berlangsung sejak tahun 2020 hingga saat ini masih terjadi dan menyebabkan adanya perubahan-perubahan di seluruh aspek kehidupan, salah satunya memengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pertumbuhan ekonomi saat ini kini tidak lagi hanya bertumpu pada faktor produksi konvensional seperti penambahan modal dan tenaga kerja, tetapi juga dipengaruhi oleh kemajuan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). Dengan teknologi yang semakin canggih dan mumpuni akan membantu negara untuk menyediakan barang dan jasa lebih efisien serta meningkatkan daya saing usaha. Agar pertumbuhan ekonomi dapat meningkat maka perlu adanya strategi kebijakan yang mendorong inovasi, termasuk penempatan anggaran negara yang dialokasikan pada pos IPTEK, ristek, dan teknologi (Limanseto, 2021).

Hubungan teknologi dan pertumbuhan perekonomian ini memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Peralihan, teknologi yang mutakhir akan mendukung kegiatan ekonomi yang memiliki daya saing serta memudahkan dalam kegiatan transaksi barang dan jasa. Di sisi lain, kemajuan

perekonomian dan peningkatan persaingan juga akan menciptakan kebutuhan teknologi baru yang dibutuhkan di masa mendatang. Sehingga, dari hubungan ini dapat disimpulkan bahwa pengembangan teknologi perlu berorientasi pada kebutuhan atau persoalan nyata (*demand-driver*). Oleh karenanya, pemerintah melakukan kerja sama dengan pihak swasta untuk membantu seluruh pihak, termasuk usaha mikro dan kecil, untuk *on boarding* dan melakukan servisifikasi melalui kegiatan peningkatan SDM digital, pembuatan database digital, sosialisasi literasi digital, serta pembangunan infrastruktur digital. Langkah-langkah ini diharapkan dapat mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan ekspor yang tujuannya adalah Indonesia menjadi negara yang keluar dari *middle income trap* pada tahun 2037 (Limanseto, 2021)

Teknologi pada tahun 2021 menjadi sesuatu yang tidak terpisahkan dari keseharian masyarakat. Dengan teknologi masyarakat menjadi terbantu untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan masing-masing secara instan. Untuk menumbuhkan kebutuhan dan keinginan manusia, teknologi memerlukan pemasaran untuk mengatur seluruh aspek berupa

perencanaan, penentuan harga, promosi, dan distribusi. barang dan jasa yang diperuntukkan memuaskan kebutuhan para konsumen. Teknologi kini menjadi pemeran penting dalam manajemen rantai penawaran karena pada konsep rantai penawaran tidak dapat terpisahkan dengan perkembangan teknologi informasi.

Dalam pemasaran, internet membawa dampak transnasional yang sangat besar serta menciptakan paradigma baru dalam berbisnis yaitu berupa *digital marketing* (pemasaran digital). Istilah pemasaran digital ini mengacu pada sebuah proses di dalam perusahaan yang terlibat aktivitas bisnis yang dilakukan secara elektronik, atau awam disebut *e-commerce*. *E-commerce* ini memiliki beberapa perbedaan dengan bisnis yang dilakukan secara konvensional. Melalui *e-commerce*, penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, melainkan melalui sebuah jembatan yaitu *website* yang menjadi tempat kedua belah pihak melakukan transaksi. Dengan memanfaatkan internet dan teknologi sebagai media promosi dan pasar, kebutuhan dan keinginan konsumenpun dapat terpenuhi dimanapun dan kapanpun (Irfanita, 2020).

Desa Citorek Tengah merupakan desa yang sebagian besar penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai petani. Hasil pertanian yang dijual berupa padi, cengkeh, kayu, dan beberapa jenis buah-buahan seperti pisang dan stroberi. Selain hasil alamnya, produk yang dijual di Desa Citorek Tengah adalah produk-produk hasil kerajinan tangan seperti anyaman tas dan berbagai cinderamata yang dijual di sekitar tempat wisata Negeri Di Atas Awan. Namun semenjak pandemi kunjungan wisatawan menjadi berkurang drastis sehingga produk-produk dari Desa Citorek mengalami penurunan penjualan.

Faktanya di Desa Citorek Tengah telah masuk dan dipasang *tower* sinyal 4G oleh salah satu provider, namun banyak masyarakat yang belum paham mengakses internet dan memanfaatkannya secara optimal guna pemasaran secara digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka Tim Dosen Prodi Manajemen S1 dari Universitas Pamulang mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berjudul "Pengenalan *E-Commerce* Kepada Masyarakat Desa Citorek Tengah, Banten".

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pertimbangan urgensi permasalahan yang teridentifikasi di atas, maka dipilih dua masalah yang akan dicari solusinya melalui kegiatan pengenalan ini. Dari masalah-masalah tersebut dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan *e-commerce* sebagai salah satu sarana dalam memasarkan produk?
2. Bagaimana masyarakat dapat menggunakan *market place* dan media sosial untuk memasarkan produk?

TUJUAN PELAKSANAAN

Tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan *e-commerce* sebagai salah satu sarana dalam memasarkan produk
2. Untuk memberikan demonstrasi kepada masyarakat agar dapat menggunakan *market place* dan media sosial untuk memasarkan produk,.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengenalan E-Commerce Pada Masyarakat

Menurut Kotler & Armstrong (2012) *E-commerce* adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa

informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan.

E-commerce merupakan kumpulan dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen serta komunitas tertentu dimana pertukaran barang antara pengecer dan konsumen dari berbagai komoditi dalam skala luas dan suatu transaksi elektronik, dan dalam proses pengiriman barang dari pengecer menggunakan transportasi dari suatu wilayah ke wilayah lain hingga sampai ke tangan konsumen dan hubungan yang terjadi adalah hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak

Dalam memperluas akses pasar bisa diatasi dengan pemanfaatan *e-commerce*. Jangkauan media internet yang sangat luas menjadi peluang bagi siapapun untuk menembus pasar. Masyarakat Indonesia adalah salah satu pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna Internet di Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia yaitu 256,2 juta, dimana konten yang paling sering dikunjungi pengguna internet adalah onlineshop sebesar 62%. Potensi pasar ini perlu dimanfaatkan secara maksimal para pelaku usaha. Sampai saat ini perkembangan teknologi informasi khususnya *ecommerce* belum termanfaatkan secara optimal oleh pelaku usaha.

Pada awal tahun 2021, pengguna internet di Indonesia mencapai hingga 202,6 juta jiwa. jumlah ini meningkat sebesar 15,5% atau 27 juta jiwa dibandingkan dengan Januari 2020. jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia saat ini sebesar 274,9 juta jiwa, disimpulkan bahwa penetrasi internet di Indonesia pada awal tahun 2021 sebesar 73,7%. Survei yang dilakukan oleh layanan HootSuite melaporkan bahwa pengguna internet Indonesia berusia 16 - 64 tahun dengan beberapa jenis perangkat elektronik yang berbeda. Perangkat elektronik yang digunakan antara lain telepon genggam,

laptop/PC, tablet, smartwatch, dan sebagainya. Dari perangkat elektronik tersebut, sebanyak 96,4% pengguna internet menggunakan telepon genggam untuk mengakses internet dan menghabiskan waktu selama 8 jam 52 menit hanya untuk berselancar di internet. Aktivitas berinternet yang paling digemari oleh pengguna internet di Indonesia adalah bermedia sosial dengan rata-rata waktu yang dihabiskan untuk bermedia sosial sebanyak 3 jam 14 menit (Kompas.com, 2021)

Terdapat empat jenis *e-commerce* berdasarkan karakteristiknya menurut Kotler (2012) :

1. *Business to Business* (B2B) a. Mitra bisnis yang sudah saling mengenal dan sudah menjalin hubungan bisnis yang lama. b. Pertukaran data yang sudah berlangsung berulang dan telah disepakati bersama. c. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusi oleh kedua pelaku bisnis.

2. *Business to Consumer* (B2C) a. Terbuka untuk umum dimana informasi dapat disebar untuk umum juga. b. *Servis* yang digunakan juga untuk umum sehingga dapat digunakan oleh banyak orang. c. *Servis* yang digunakan berdasarkan permintaan, sehingga produsen harus mampu merespon dengan baik permintaan konsumen. d. Sistem pendekatan adalah *client-server*.

3. *Consumer to Consumer* (C2C) Yaitu, model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, melainkan juga memberikan 20 fasilitas transaksi uang secara online. Dalam hal ini terdapat 2 (dua) indikator utama bagi sebuah website marketplace: a. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan b. Bisa digunakan oleh penjual individual. Dimana kegiatan yang berlangsung harus menggunakan fasilitas transaksi online seperti rekening pihak ketiga untuk menjamin keamanan transaksi. Penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima oleh pembeli. Selama barang tersebut belum diterima oleh pembeli,

maka penjual tidak dapat mencairkan hasil penjualan dan jika produk gagal sampai ketangan pembeli maka uang yang telah dibayarkan akan dikembalikan ke pembeli.

4. *Consumer to Business (C2B)* Berkebalikan dengan *business to consumer (B2C)*, pada *consumer to business*, konsumen (individu) bertindak sebagai pencipta nilai dimana perusahaan yang akan menjadi konsumen yang dilakukan secara elektronik.

Menurut Sholekan dalam Jurnal oleh Nuryanti 2013, mengatakan ada beberapa keuntungan di antaranya :

- Keuntungan bagi perusahaan : Memperpendek jarak, Perluasan pasar, Perluasan jaringan mitra bisnis, Efisiensi
- Keuntungan bagi konsumen : Efektif, Aman secara fisik, Fleksibel
- Keuntungan bagi masyarakat umum: Mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan, Membuka peluang kerja baru, Menguntungkan dunia akademis, Meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Menurut Sholekan (2009;19) dampak negatif perdagangan elektronik pada umumnya sebagai berikut:

- Meningkatkan individualisme
- Terkadang menimbulkan kekecewaan
- Tidak manusiawi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Universitas Pamulang yang dilakukan oleh dosen-dosen program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu di Desa Citorek Tengah, Kecamatan Cibeber, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten.

Peserta diberikan pengetahuan tentang *e-commerce* dan pentingnya penggunaan internet, persaingan dalam dunia bisnis sangatlah ketat, terlebih lagi konsumen saat ini akan mencari kemudahan dalam melakukan pembelian. Harapannya adalah para penjual mampu memenuhi keperluan mereka dan juga memberikan respon masalah

secara lebih efektif. Sehubungan dengan hal tersebut, bentuk pemenuhan kebutuhan dan juga cara memasarkan produk menjadi sangat penting terutama di masa pandemi covid 19.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada tanggal 18-19 Nopember 2021 berjalan dengan baik dan lancar. Adapun uraiannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pra-Kegiatan

Sebelum pelaksanaan acara Pengabdian Kepada Masyarakat oleh tim dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Pamulang di Desa Citorek Tengah, Kecamatan Cibeber, Kabupaten Lebak, Propinsi Banten diawali dengan rapat pembentukan susunan panitia. Kemudian menyusun proposal kegiatan dan diajukan ke Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang (LPPM UNPAM) guna mendapatkan persetujuan.

Setelah persetujuan disampaikan kepada Rektor Universitas Pamulang, acara segera ditindaklanjuti sampai menunggu waktu pelaksanaan yang ditentukan oleh pihak berwenang di lokasi PKM. Setelah melakukan koordinasi dengan pihak RT setempat yang dituju pada akhirnya disepakati bersama acara inti dilaksanakan pada tanggal 18-20 Nopember 2021.

Kegiatan Rinci:

1. Briefing

Sebelum acara dimulai tim dosen PKM melakukan *briefing* dan temu sapa dengan ketua RT setempat, serta mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan PKM yang berbentuk Seminar dan Diskusi serta pemberian sembako.

Faktor pendukung: Sarana dan prasarana yang dapat menunjang kegiatan PKM sudah disediakan dan dipersiapkan oleh pihak wilayah setempat. Tim Dosen Pengabdian Kepada Masyarakat yang membawa dan menyediakan perlengkapan seminar dan sembako untuk dibagikan.

2. Registrasi Peserta

Registrasi peserta dimulai pukul 07.30 WIB, setelah *briefing*. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 30 peserta, yang terdiri dari warga sekitar Desa Citorek Tengah, Kecamatan Cibeer, Kabupaten Lebak, Propinsi Banten dengan prioritas warga yang memiliki tempat tinggal di daerah tersebut.

Faktor pendukung: Antusiasme masyarakat di wilayah tersebut sangat tinggi dan sikap gotong royong yang masih melekat sehingga memudahkan dan memperlancar pelaksanaan acara.

3. Pembukaan Acara

Pembukaan acara oleh MC dimulai pada pukul 08.00 WIB kemudian dilakukan pembacaan doa pembukaan, setelah itu bersama-sama menyanyikan lagu Indonesia Raya.

Faktor pendukung: Kesiapan MC dalam membawakan acara berurutan sesuai dengan alokasi waktu dan keaktifan atau antusiasme peserta.

4. Sambutan

Kegiatan ini dimulai pukul 08.10 WIB. Sambutan pertama disampaikan tim PKM dosen Manajemen UNPAM, yang menjelaskan peran dosen terkait Tri Dharma Perguruan Tinggi yang salah satunya melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat. Sambutan terakhir dari Kepala Desa Citorek Tengah.

Faktor pendukung : Antusiasme yang tinggi dari warga kelurahan Kukusan dalam menyambut kegiatan ini.

5. Seminar dan Diskusi

Kegiatan ini dari PKM ini adalah penyampaian materi mengenai pengenalan *e-commerce* kepada warga Desa Citorek Tengah, Kecamatan Cibeer, Kabupaten Lebak, Propinsi Banten.

Warga diberikan tambahan wawasan mengenai konsep tentang *E-commerce*; macam-macam jenis *e-commerce*, jangkauan *e-commerce*, kelebihan dan kekurangan *e-commerce*, dan hal lain seputar *e-commerce*

dapat dikirimkan ke dinas kebersihan terdekat. Selama seminar berlangsung peserta dipersilakan bertanya terkait dengan materi yang disampaikan.

Kegiatan berikutnya adalah diskusi atau sesi tanya jawab mengenai materi yang telah disampaikan dan juga mendiskusikan permasalahan yang dihadapi oleh warga Desa Citorek Tengah selama menjalankan usahanya, seperti proses pemasaran produk dan sejauhmana warga yang sudah atau belum memahami akses internet. Warga dibagi menjadi beberapa kelompok dan kemudian didampingi oleh dosen guna memudahkan pemahaman materi diskusi.

Setelah itu beberapa peserta melakukan praktek langsung akses penggunaan internet dan media sosial dalam pemasaran produk usahanya. Kemudian bergantian beberapa warga lainnya, dan menjelaskan ulang urutannya agar bisa berbagi pengalaman tersebut kepada warga lain, terutama bagi yang tidak mengikuti kegiatan.

Faktor pendukung: Peserta terlihat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan PKM ini. Beberapa peserta bertanya dengan antusias terkait dengan permasalahan yang dihadapi, serta aktif mempraktekkan cara penggunaan internet.

Faktor penghambat: Keterbatasan jumlah laptop yang akan digunakan untuk praktek langsung, peserta harus bergantian

6. Foto bersama, serah terima plakat. dan doa penutup. Acara diakhiri dengan foto bersama, pemberian plakat kepada pihak RT setempat, pembacaan doa dan pembagian sembako kepada peserta PKM.

Faktor pendukung: Kooperatif peserta dalam mengikuti kegiatan sehingga acara terlaksana baik dan lancar.

Faktor penghambat: Keterbatasan interaksi dengan warga sekitar. dalam masa PSBB

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Peserta PKM mendapatkan penambahan pengetahuan dan wawasan serta ketrampilan dalam penggunaan internet melalui *e-commerce* dalam memasarkan produk.

2. Peserta dapat mempraktekan bagaimana menggunakan *market place* dan media sosial untuk memasarkan produk.

Saran

1. Masyarakat harus berani memulai meningkatkan kegiatan pemasaran produk dengan menggunakan internet melalui *e-commerce* dengan memulai memanfaatkan teknologi digital, seperti melalui *smartphone* dan lainnya.

2. Meningkatkan kreativitas masyarakat guna pemecahan masalah dengan membuka jaringan komunikasi atau membentuk komunitas melalui *messenger* atau *chatroom* dan *grup-grup chat*, menghubungkan sesama wirausaha (masyarakat) dengan pembeli maupun penjual di wilayah Desa Citorek Tengah, seluruh pelosok negeri, juga pada pasar Internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Hariono, Tholib, Ashoumi, H., Tabiin, H.Q., & M.K. Faizin. 2021. *PKM Pembuatan E-Commerce Desa Banjarsari. Sistem Informasi Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(2): 51-55.

Hilyah Magdalena dan Syafrul Irawadi, *Optimasi AHP dalam mendukung UMKM di Bangka Belitung dalam memanfaatkan E-Commerce*, JURNAL OPTIMASI SISTEM INDUSTRI - VOL. 17 NO. 1 (2018) 16-25

<http://e-journal.uajy.ac.id/11383/3/2EM19690.pdf> akses Senin, 15 Nov. 2021 pukul 09.30

<https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/575/jbpt-unikompp-gdl-widyahardh-28737-9-unikom-w-i.pdf> akses Senin, 15 Nov. 2021 pukul 10.00

Icih Sukarsih, Eti Kurniati, Gani Gunawan, Respitawulan, *Perluasan Jangkauan Pasar Pelaku UMKM Di Kota Bandung melalui Implementasi-Commerce*, Ethos : Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 7, No.2, Juni 2019: 170-177, diakses Rabu, 24 November 2021

Irfanita, Maulida Y. Opini - *Perkembangan Teknologi Pada Bidang Pemasaran. Kumparan*. 7 Agustus 2020. <https://kumparan.com/fanongg/opini-perkembangan-teknologi-pada-bidang-pemasaran-1twri96vyYl/3>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2021 pk. 13.40 WIB.

Kompas.com. 2021. *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. 23 Februari 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>. Diakses pada tanggal 21 Oktober 2021 pk. 10.35 WIB.

Limanseto, Haryo. 2021. *Kemajuan IPTEK untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan Inovasi*. 15 Juli 2021. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3150/kemajuan-ipitek-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-dan-inovasi>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2021 pk. 13.29 WIB.

Nuraenie Oktavianthie, *E-Commerce : Pasar Digital Dan Barang Digital*, <https://www.researchgate.net/publication/345896137>, diakses Rabu, 24 November 2021

Nuryanti, *Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)*, Jurnal Ekonomi Volume 21, Nomor 4 Desember 2013

Pasaribu, V. L. D., Priadi, A., Anismadiyah, V., Rahayu, S., & Maduningtias, L. (2021). PENYULUHAN KREATIF DAN INOVATIF MENINGKATKAN MUTU PRODUKSI UMKM DI DESA BELEGA KABUPATEN GIANYAR. *Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02).

Pasaribu, V. L. D. (2021). PELATIHAN BERBASIS ONLINE DI ERA COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(3), 26-32.

Queen, Tuty. 2020. *Mengembangkan Wirausaha di Tengah Pandemi COVID-19*. [Bisnismuda.id](https://bisnismuda.id). <https://bisnismuda.id/read/67-tuty-queen/mengembangkan-wirausaha-di-tengah-pandemi-covid-19>. Diakses pada tanggal 21 Oktober 2021 pk. 13.20 WIB.

Safitri, Kiki. 2021. UMKM Pilih Market Place Selama Pandemi, Ini Alasannya. *Kompas.com*. 3 Mei 2021. <https://money.kompas.com/read/2021/05/03/203116326/umkm-pilih-market-place-selama-pandemi-ini-alasannya>. Diakses pada tanggal 21 Oktober 2021 pk. 11.11 WIB.

Tristiarto, Yoko & Wahyudi, 2018. *PKM Kelompok UMKM E-Commerce Di Kelurahan Benda Baru - Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat.

Wicaksono Febriantoro, *Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan Ecommerce Bagi UMKM Di Indonesia*, Manajerial, Vol. 3 No.5 Juni 2018, Hal - 184

<http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>

DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar 1. Registrasi Peserta



Gambar 2. Sesi Seminar dan Diskusi



Gambar 3. Sesi Pemberian Sembako



Gambar 4. Foto Bersama