

**Pelatihan *E-Commerce* Dan *Social Media*
Bagi Pelaku UMKM Desa Bojongcae, Lebak, Banten Dalam Situasi Pandemi Covid-19**

Sugianto¹⁾, Ully Vidriza²⁾, Nani Ariani³⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Jalan RS Fatmawati Nomor 1 – Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Email : sugiantosemm@yahoo.com¹⁾; ullyavidriza@gmail.com²⁾; nani.ariani@upnvj.ac.id³⁾

ABSTRAK

Keberadaan UMKM memiliki dampak yang besar bagi perekonomian suatu negara dalam penyerapan tenaga kerja, di Indonesia sekitar 89,2 % dari total tenaga kerja pada tahun 2016 dan bahkan ketika krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 2008, UMKM merupakan salah satu faktor yang dapat membangkitkan kembali perekonomian. Pada tahun 2020 ketika bencana pandemi global yaitu *Covid-19* melanda Indonesia, sektor UMKM cukup terganggu. Berdasarkan laporan yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan UKM ada sekitar 37.000 yang terdampak cukup serius akibat pandemi ini. Dari hasil laporan menunjukkan rata-rata dari UMKM tersebut mengalami penurunan penjualan, aspek pembiayaan, pendistribusian barang dan memperoleh bahan baku. Dari permasalahan yang dihadapi diperlukan pengembangan usahanya dan sangat membutuhkan peran dari pemerintah. Hal ini dapat dilakukan dengan pendekatan pembinaan, seperti diketahui bahwa saat ini berada pada era industri 4.0, dimana segala aktivitas sehari-hari sangat bergantung kepada penggunaan teknologi internet. Perkembangan internet mendukung kemajuan di segala aspek termasuk transaksi usaha dan bisnis, sebagai contoh adalah penggunaan *e-commerce* dan *social media* yang digunakan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan dan mengembangkan usahanya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada para pelaku UMKM, khususnya pelaku UMKM yang mengalami kesulitan di tengah *pandemic Covid-19*. Kegiatan ini berlokasi di wilayah desa Bojongcae, kecamatan Cibadak, Lebak, Banten. Dari data yang diperoleh, tercatat ada 15 UMKM yang bergerak di bidang kerajinan kayu, kerajinan logam/logam mulia, dan kerajinan makanan. Untuk membantu para pelaku UMKM tersebut, dilakukan beberapa rangkaian kegiatan yaitu pelatihan dan pengaplikasian *e-commerce* dan *social media* dalam transaksi jual beli, serta *workshop* tentang bisnis baru yang cocok dijalankan pada era *New Normal*. Adapun *output* dari kegiatan ini adalah para pelaku UMKM dapat menggunakan *e-commerce* dan *social media* dalam kegiatan jual beli. Dari hasil evaluasi dan temuan, maka dapat disimpulkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat memberikan tambahan wawasan pengetahuan tentang konsep *e-commerce* dan *social media* sehingga menambah penghasilan bagi pelaku UMKM

Kata Kunci : UMKM, Manajemen Pemasaran, *e-commerce*

ABSTRACT

The existence of MSMEs has a major impact on a country's economy in terms of employment, in Indonesia around 89.2% of the total workforce in 2016 and even when the monetary crisis hit Indonesia in 2008, MSMEs were one of the factors that could revive the economy. . In 2020, when the global pandemic, namely Covid-19, hit Indonesia, the MSME sector was quite shaken. Based on reports obtained from the Ministry of Cooperatives and SMEs, there are around 37,000 who have been seriously affected by this pandemic. The results of the report show that on average the MSMEs experienced a decline in sales, aspects of financing, distribution of goods and obtaining raw materials. From the problems faced, it is necessary to develop its business and really need the role of the government. This can be done with a coaching approach, as

it is known that currently we are in the industrial era 4.0, where all daily activities are highly dependent on the use of internet technology. The development of the internet supports progress in all aspects including business and business transactions, for example the use of e-commerce and social media used by business actors in increasing sales and developing their businesses. This community service activity is carried out for MSME actors, especially MSME actors who are experiencing difficulties in the midst of the Covid-19 pandemic. This activity is located in the village area of Bojongcae, Cibadak sub-district, Lebak, Banten. From the data obtained, it was recorded that there were 15 MSMEs engaged in wood crafts, metal/precious metal crafts, and food crafts. To help these MSME actors, a series of activities were carried out, namely training and application of e-commerce and social media in buying and selling transactions, as well as workshops on new businesses that are suitable to run in the New Normal era. The output of this activity is that MSME actors can use e-commerce and social media in buying and selling activities. From the results of the evaluation and findings, it can be concluded that the community service program provides additional insight into knowledge about the concept of e-commerce and social media so as to increase income for MSME actors.

Keywords: MSMEs, Marketing Management, e-commerce

1. PENDAHULUAN

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyebutkan bahwa UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Keberadaan UMKM memiliki peran yang besar bagi perekonomian suatu negara dalam penyerapan tenaga kerja, di Indonesia sekitar 89,2 % dari total tenaga kerja pada tahun 2016 dan bahkan ketika krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 2008, UMKM merupakan salah satu faktor yang dapat membangkitkan kembali perekonomian. Namun, dikala pandemi *Covid-19* melanda seluruh dunia, UMKM merupakan sektor yang paling rentan terhadap guncangan ekonomi, sebanyak 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah terkena dampaknya terhadap turunnya penjualan, terhambatnya distribusi dan sementara sektor UMKM yang terganggu selama pandemi *Covid-19* adalah pada usaha makanan, minuman, industri kreatif dan pertanian.

Hasil laporan dari Kementerian Koperasi dan UKM, yang menyebutkan ada sekitar 37.000 UMKM terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan sekitar 56% terjadi penurunan penjualan, 22% aspek pembiayaan, 15% masalah distribusi barang, dan 4% kesulitan mendapatkan bahan baku. Hal ini merupakan permasalahan yang penting bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut tidak mungkin dapat dipecahkan sendiri oleh UMKM. Dibutuhkan bantuan dari pemerintah dan strategi dalam pemecahan masalah serta pengembangan potensi dengan pendekatan pembinaan. Dimulai dari

memperkokoh motivasi, mentalitas kewirausahaan serta kemandirian, meningkatkan kemampuan dan ketrampilan manajerial sampai pada penguasaan teknologi. Oleh sebab itu diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam pengembangan usahanya di tengah *pandemic Covid-19*.

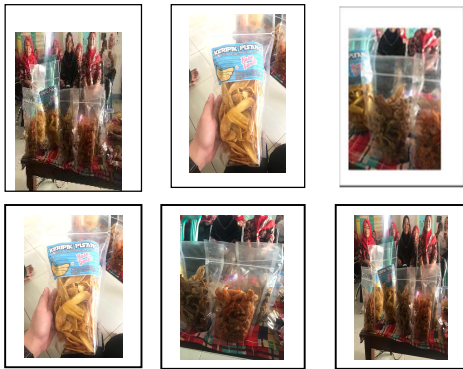
Data yang diperoleh dari hasil survey pendahuluan bahwa di wilayah desa Bojongcae, kecamatan Cibadak, Lebak, Banten merupakan desa yang tergolong dengan tingkat pengangguran yang tinggi. Adapun penduduk yang berusia kerja berjumlah 1.272 orang, namun penduduk yang terdaftar sebagai pekerja hanya berjumlah 676 orang dan tercatat ada 15 UMKM yang bergerak di bidang kerajinan kayu, kerajinan logam/logam mulia, dan kerajinan makanan/ minuman (BPS Kab. Lebak, 2020).

Menyadari akan permasalahan tersebut, kami Dosen Fakultas Ekonomi UPN Veteran Jakarta adalah salah satu Perguruan Tinggi yang peduli terhadap lingkungan masyarakat sekitar merencanakan akan melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam hal pemasaran bisnis melalui pemanfaatan *e-commerce* dan sosial media, serta dapat memotivasi pelaku UMKM di Desa Bojongcae agar dapat menjalankan dan meningkatkan usahanya dengan mudah dalam kondisi pandemi *Covid-19*.

2. PERMASALAHAN

Permasalahan yang terjadi pada pelaku UMKM di desa Bojongcae, kecamatan Cibadak, Lebak,

Banten antara lain masih banyak mengandalkan sistem pemasaran dan penjualan secara konvensional/manual dan belum memanfaatkan fasilitas *e-commerce* dan sosial media dalam memasarkan produk.



Gb 1 Produk yang dihasilkan oleh UMKM

Guna mengatasi hal tersebut, maka diperlukan strategi pemasaran dan penjualan yang efektif, mudah dan murah dalam mendorong keberhasilan usahanya untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis *e-commerce* dan sosial media. Dengan metode pelatihan optimalisasi penggunaan perangkat *smartphone* dengan memanfaatkan *e-commerce* dan sosial media yang ada sebagai media pemasaran dalam mendukung peluang usaha di masa *pandemic Covid 19*. Dengan demikian diharapkan para pelaku UMKM di desa Bojongcae dapat dengan mudah mempromosikan atau memasarkan usahanya, sehingga bisa meningkatkan hasil penjualan.

Berdasarkan pada fenomena di atas, maka diperlukan kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat yang diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam hal pemasaran bisnis melalui pemanfaatan *e-commerce* dan *social media* dengan memperluas akses pasar dan optimalisasi penggunaan perangkat *smartphone* serta dapat memotivasi pelaku UMKM di Desa Bojongcae agar dapat menjalankan dan meningkatkan usahanya dengan mudah dalam kondisi pandemi *Covid-19*.

Target dalam pengabdian kepada masyarakat untuk memberikan pemecahan masalah (solusi) terhadap permasalahan yang terjadi pada mitra, adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan profil pengetahuan untuk pelaku UMKM.
- b. Peningkatan pemahaman tentang cara pembuatan dengan memanfaatkan *e-commerce* dan sosial media sebagai media pemasaran.

- c. Tersedianya tambahan perangkat dan bahan pendukung operasi serta produksi dalam usaha yang baru dirintisnya,
- d. Tersedianya *Software Framework* (aplikasi memanfaatkan *e-commerce* dan *social media*) bagi mitra sebagai bekal dasar pengembangan usaha,
- e. Terlatihnya SDM mitra agar menjadi terampil dan profesional dalam membuat, mengoperasikan, mengembangkan dan memelihara *software framework* (aplikasi *e-commerce* dan *social media*)

Luaran yang diharapkan dari hasil pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku UMKM di desa Bojongcae, Cibadak, Lebak, Banten mempunyai kemampuan dalam memasarkan produknya lebih luas lagi dengan pemasaran internet melalui *e-commerce* dan *social media*.

3. METODOLOGI

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pelatihan terstruktur, maksud dari metode ini adalah metode ceramah, diskusi informasi dan dilanjutkan dengan penerapan secara langsung. Materi ceramah dan diskusi informasi dimaksudkan memberikan pengetahuan wawasan tentang *e-commerce* dan *social media* serta peluang bisnis dari *e-commerce* dan *social media*. Di samping itu, ceramah dan diskusi tentang peranan *e-commerce* dan *social media* dalam bisnis, langkah-langkah pembuatan akun dari *e-commerce* dan *social media*. Cara mempromosikan produk pada *e-commerce* dan *social media*, dan cara meningkatkan penjualan melalui *e-commerce* dan *social media*.

Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar pelaku mitra dapat mandiri dalam memasarkan produknya. Hal ini perlu dilakukan pendampingan (bimbingan) selama 1 (satu) bulan tentang pemasaran bisnis melalui *e-commerce* dan *social media* sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan komputer/ HP beserta jaringan internet.

Agar pelaksanaan kegiatan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan, maka pengabdian berusaha melakukan proses evaluasi dari kegiatan tersebut, dengan menentukan kriteria dan menetapkan indikator keberhasilan sebagai berikut :

Kegiatan	Kriteria	Indikator Keberhasilan
Penerapan/ Pelatihan	Meningkatkan pengetahuan,	Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran melalui:

	pemahaman dan wawasan serta penggunaannya.	<ol style="list-style-type: none"> a. Motivasi melakukan kegiatan usaha dengan pemasaran bisnis melalui <i>e-commerce</i> dan <i>social media</i>. b. Memotivasi para pelaku usaha agar dapat menjalankan usahanya secara profesional. c. Motivasi untuk mengembangkan kegiatan usahanya,
Pendampingan	Mampu melakukan Penerapan <i>blog</i> melalui internet marketing	<p>25% Memahami komputer dan jaringan internet</p> <p>50% Memahami sistem pemasaran bisnis</p> <p>75% Melakukan <i>upload</i> produk melalui <i>e-commerce</i> dan <i>social media</i>.</p> <p>100% Melakukan promosi yang menarik melalui <i>e-commerce</i> dan <i>social media</i></p>

Rencana kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada pelaku UMKM desa Bojongcae, kecamatan Cibadak, kabupaten Lebak Banten, akan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

- a. Tahap awal melakukan perijinan untuk melaksanakan program Pengabdian kepada masyarakat kepada mitra.
 - 1) Melakukan studi lapangan untuk mempelajari masalah yang menjadi permasalahan prioritas mitra.
 - 2) Mempelajari pengaruh budaya setempat terhadap permasalahan masyarakat yang ada.
 - 3) Melakukan kerjasama dengan Pelaku UMKM desa Bojongcae, kecamatan Cibadak, kabupaten Lebak Banten untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat sebagai solusi terhadap permasalahan prioritas mitra.
- b. Tahap pelaksanaan melakukan pengabdian kepada masyarakat pada mitra
 - 1) Melakukan pembelajaran kepada masyarakat tentang *e-commerce* dan *social media* sebagai media pemasaran.

- 2) Mengajak masyarakat untuk melakukan studi banding pada desa yang telah maju perekonomiannya.
- 3) Melakukan pelatihan kepada masyarakat untuk berbisnis dengan menggunakan *e-commerce* dan *social media* sebagai media pemasaran.
- c. Tahap akhir melakukan pelaporan hasil pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada mitra.
 - 1) Memantau keberlanjutan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada mitra.
 - 2) Membuat hasil laporan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat.
 - 3) Mempublikasikan laporan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat agar bermanfaat bagi perbaikan ekonomi daerah desa Bojongcae, kecamatan Cibadak, kabupaten Lebak Banten khususnya dan Perekonomian Indonesia pada umumnya.

Selama pelaksanaan kegiatan, Mitra berpartisipasi dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dari tahap awal hingga tahap akhir.

- a. Pada tahap awal perijinan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini mitra berpartisipasi dalam :
 - 1) Memberikan informasi tentang permasalahan yang dihadapi mitra.
 - 2) Memberikan perijinan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta untuk melakukan studi lapangan pada wilayah mitra.
 - 3) Menandatangani perijinan program edukasi dan pelatihan *e-commerce* dan *social media* sebagai media pemasaran.
- b. Pada tahap pelaksanaannya, mitra berpartisipasi dalam :
 - 1) Menyediakan konsumsi saat diadakannya edukasi pelatihan *e-commerce* dan *social media* sebagai media pemasaran
 - 2) Menyediakan peralatan kerja untuk fasilitas pelatihan *e-commerce* dan *social media* sebagai media pemasaran.
- c. Pada tahap akhir melakukan pelaporan hasil pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat, yaitu : memberikan perijinan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta untuk memantau keberlanjutan pelaksanaan program ini pada mitra

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan konsep pelatihan *e-commerce* dan *social media* bagi pelaku UMKM di Desa Bojongcae dalam situasi pandemi *covid-19* di Kecamatan Cibadak, Lebak, Banten telah dilaksanakan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan dengan rentang waktu selama bulan Juni sampai dengan bulan Agustus 2021. Metode pelaksanaan pelatihan adalah klasikal dengan metode pembelajaran berupa penjelasan atau menerangkan dengan menggunakan presentasi *power point* dan menggunakan contoh studi kasus mengenai pelatihan dasar *e-commerce*, penyuluhan/ seminar dan pendampingan secara langsung melalui praktek yang dipandu oleh Ibu Ullya Vidriza.,SE.,Msi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta dan diikuti oleh peserta pelatihan sejumlah 20 (dua puluh) peserta dari pelaku UMKM.

Materi dasar konsep *e-commerce* dan *social media* yang diberikan adalah pengertian dan hakekat melakukan pemasaran penjualan melalui internet (Tokopedia, Sofie, Bukalapak), kiat-kiat dan etika melakukan pemasaran melalui internet sebagai dasar untuk perberdayaan masyarakat melalui edukasi dalam melakukan usaha dengan tujuan peningkatan pendapatan asli daerahnya demi peningkatan kesejahteraan keluarganya.

Garis besar materi yang disampaikan dalam pelatihan dan pembekalan *e-commerce* dan *social media* adalah sebagai berikut :

- Memberikan pemahaman tentang internet, aktivitas apa saja yang dapat dilakukan melalui internet.
- Menjelaskan konsep *e-commerce* dan *social media* sebagai langkah awal untuk melakukan pemasaran melalui internet.
- Penerapan *e-commerce* dan *social media*, persamaan dan perbedaan antara *e-commerce* dan *social media*.
- Workshop* tentang bisnis baru yang cocok dijalankan pada era *New Normal*.
- Mempraktekkan keterampilan dalam menampilkan pemasaran penjualan pada Tokopedia, Sofie, Bukalapak dengan cara membuka toko atau lapak.
- Memahami dan membekali keterampilan teknis cara-cara bertransaksi melalui *e-commerce* dan *social media*.
- Mengadakan evaluasi.

Pelatihan telah selesai dilaksanakan, tahapan berikutnya dalam program pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan pendampingan dan evaluasi yang meliputi:

- Untuk hal *e-commerce* dan *social media* yang telah dikembangkan perlu diuji kembali dan siap

untuk diterapkan pada mitra setelah melakukan pelatihan.

- Selain itu dilakukan pendampingan usaha dan berakhir dengan evaluasi serta monitoring program untuk melihat seberapa jauh program ini bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat/ kelompok pelaku UMKM di Desa Bojongcae, Kecamatan Cibadak Kabupaten Lebak Banten.

Adapun keberhasilan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilihat dari tolak ukur :

- Respon dan aktivitas positif dari peserta pelatihan, diukur melalui observasi selama pelatihan berlangsung mereka sangat aktif dan antusias terlihat banyaknya pertanyaan dari peserta serta aktif dalam implementasi *e-commerce* dan *social media*.
- Meningkatnya keterampilan peserta setelah mendapat pelatihan, dengan pemberian materi yang berisi langkah-langkah secara mendetail materi tentang pemasaran produk melalui *e-commerce* dan *social media* dengan menggunakan aplikasi Tokopedia, Sofie dan Bukalapak.
- Hasil evaluasi pemahaman peserta sebelum dan setelah pelaksanaan pelatihan pengabdian kepada masyarakat, dengan mengacu pada pentingnya memiliki ciri-ciri *e-commerce* dan *social media*, adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Data kuesioner sebelum pelaksanaan abdimas.

No.	Pernyataan	SP	%	P	%	TP	%	STP	%
1.	Memiliki Pengetahuan (<i>Knowledge</i>)	8	40	7	35	3	15	2	10
2.	Memiliki Kemampuan (<i>Skill</i>)	7	35	9	45	3	15	1	5
3.	Mempunyai Pengalaman	5	25	7	35	6	30	2	10
4.	Mempunyai Jaringan (<i>Networking</i>)	6	30	7	35	5	25	2	10
5.	Memiliki Informasi-informasi	9	45	4	20	5	25	2	10
6.	Memiliki Sumber Daya Manusia (SDM)	10	50	5	25	4	20	1	5
7.	Memiliki Modal (Uang)	2	10	1	5	16	80	1	5
8.	Memiliki Bakat	9	45	4	20	6	30	1	5

9.	Adanya Dukungan dari Keluarga	5	25	6	30	7	35	2	10
10.	Mempunyai Waktu untuk Melaksanakan	3	15	8	40	9	45	0	0
11.	Memiliki Masa Depan dan Kesempatan	5	25	7	35	8	40	0	0
12.	Memiliki Motivasi	9	45	6	30	4	20	1	5
13.	Memiliki Sikap (<i>Attitude</i>)	8	40	7	35	4	20	1	5

Pada tabel hasil kuesioner sebelum pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (*abdimas*) menunjukkan bahwa peserta *abdimas* umumnya belum memahami sepenuhnya bahwa pentingnya *e-commerce* dan *social media* memiliki ciri-ciri dengan rendahnya rasio sangat penting di bawah 50%, khususnya untuk indikator memiliki kemampuan (*skill*) sebesar 35%, mempunyai jaringan (*networking*) sebesar 30%, memiliki informasi-informasi sebesar 45%, memiliki sumber daya manusia sebesar 50%, memiliki motivasi sebesar 45% dan memiliki sikap (*attitude*) sebesar 40% sangat penting.

Tabel 2

Data kuesioner setelah pelaksanaan *abdimas*.

No	Pernyataan	SP	%	P	%	TP	%	STP	%
1.	Memiliki Pengetahuan (<i>Knowledge</i>)	16	80	3	15	1	5	0	0
2.	Memiliki Kemampuan (<i>Skill</i>)	16	80	4	20	0	0	0	0
3.	Mempunyai Pengalaman	12	60	5	25	3	15	0	0
4.	Mempunyai Jaringan (<i>Networking</i>)	17	85	3	15	0	0	0	0
5.	Memiliki Informasi-informasi	16	80	4	20	0	0	0	0
6.	Memiliki Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja)	15	75	5	25	0	0	0	0
7.	Memiliki Modal (Uang)	9	45	10	50	1	5	0	0
8.	Memiliki Bakat	10	50	7	35	3	15	0	0

9.	Adanya Dukungan dari Keluarga	15	75	3	15	2	10	1	5	0	0
10.	Mempunyai Waktu untuk Melaksanakan	17	85	2	10	1	5	0	0	0	0
11.	Memiliki Masa Depan dan Kesempatan	17	85	2	10	1	5	0	0	0	0
12.	Memiliki Motivasi	18	90	2	10	0	0	0	0	0	0
13.	Memiliki Sikap (<i>Attitude</i>)	17	85	3	15	0	0	0	0	0	0

Pada tabel hasil kuesioner setelah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (*abdimas*) menunjukkan bahwa peserta *abdimas* umumnya telah memahami sepenuhnya bahwa pentingnya *e-commerce* dan *social media* memiliki ciri-ciri dengan adanya peningkatan pemahaman terlihat pada rasio sangat penting khususnya adanya kenaikan pemahaman untuk memiliki kemampuan (*skill*) sebelumnya sebesar 35% meningkat menjadi sebesar 80%, mempunyai jaringan sebelumnya sebesar 30% meningkat menjadi sebesar 85%, memiliki informasi-informasi sebelumnya sebesar 45% meningkat menjadi sebesar 80%, memiliki sumber daya manusia sebelumnya sebesar 50% meningkat menjadi sebesar 75%, memiliki motivasi sebelumnya sebesar 45% meningkat menjadi sebesar 90% dan memiliki sikap (*attitude*) sebelumnya sebesar 40% meningkat menjadi sebesar 85%, sehingga rata-rata kenaikan di atas rasio 80% sangat penting, dan untuk kriteria sangat tidak penting (STP) menunjukkan keseluruhannya pada rasio sebesar 0% (nol persen).

5. KESIMPULAN

Hasil analisis evaluasi menunjukkan bahwa di awal kegiatan dilakukan kuesioner untuk mengetahui seberapa jauh pengenalan masyarakat terhadap konsep *e-commerce* dan *social media*, hasil kuesioner menunjukkan bahwa umumnya masyarakat belum mengerti dan memahami konsep dan ciri-ciri *e-commerce* dan *social media*. Setelah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan umumnya masyarakat/ kelompok pelaku UMKM di Desa Bojongcae, Kecamatan Cibadak Kabupaten Lebak Banten memahami, hal ini sesuai dengan target sasaran yang direncanakan di atas 80%.

Dari hasil evaluasi dan temuan-temuan yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat kami

simpulkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat ini telah mampu memberikan manfaat yang sangat besar dan tepat sasaran bagi kelompok pelaku UMKM yang menjadi khalayak sasaran dalam kegiatan ini. Bentuk pelatihan seperti ini merupakan bentuk yang sangat efektif untuk memberikan penyegaran pengetahuan dan tambahan wawasan serta pengetahuan baru di bidang konsep ciri-ciri *e-commerce* dan *social media*.

Sesuai dengan hasil evaluasi dan masukan dari para peserta pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, kami menyarankan hendaknya kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti ini dapat dilaksanakan secara berkala, melihat tingkat kebutuhan yang sangat tinggi akan perkembangan ekonomi secara global.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17-31.
- Firdaus, A. T. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand 2(1)*, 147-153. Retrieved from <https://lebakkab.bps.go.id/>.
- Host, I. C. (2020). *Pengertian E-Commerce dan Contohnya, Komponen, Jenis, dan Manfaat E-Commerce*. Retrieved from <https://idcloudhost.com>: <https://idcloudhost.com/pengertian-e-commerce-dan-contohnya-komponen-jenis-dan-manfaat-e-commerce/>
- Nidaul, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan E-commerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat 1(1)*, 51-62.
- Robith, M. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Manfaat untuk Bisnis*. Retrieved from Sekawan Media Article: <https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/>