

Optimalisasi Pemanfaatan E-commerce bagi UMKM di Desa Cileng: Pelatihan dan Implementasi

M. Thoha Ainun Najib¹, Faris Hamdani², Irmawati Atika Putri³, Matin Mursyidi⁴
¹²³⁴ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
Email :thoha.ainun@iainponorogo.ac.id¹, mohnoval134@gmail.com²,
irmaatika05@gmail.com³, online.shop.cs19.id@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberdayakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Cileng, Kecamatan Poncol, Magetan dengan melatih mereka menggunakan e-commerce untuk perluasan pasar dan peningkatan pendapatan. Metode yang digunakan adalah pendekatan pengembangan komunitas berbasis aset (ABCD), dengan fokus pada aset manusia, sosial, fisik, dan ekonomi. Tahapan penelitian terdiri dari identifikasi aset, perencanaan partisipatif, pelaksanaan pelatihan, serta evaluasi dan pengembangan. Hasil penelitian menyatakan bahwa pelatihan e-commerce telah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM secara signifikan dalam menjalankan toko online. Hasilnya hampir 90% peserta mampu mendirikan toko online sendiri, sementara sekitar 60% melaporkan peningkatan penjualan pada bulan pertama. Tantangan yang harus diatasi termasuk infrastruktur yang tidak memadai dan kurangnya pengetahuan teknis. Untuk keberlanjutan program, diperlukan pendampingan berkelanjutan, pengembangan infrastruktur digital, dan kemitraan dengan berbagai institusi. Dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa memanfaatkan e-commerce akan menjadi cara yang efektif untuk memberdayakan UMKM di pedesaan, namun hanya jika semua pemangku kepentingan mendukung dan bekerja sama dalam masalah ini.

Kata kunci : E-commerce, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Pemberdayaan Masyarakat, Asset-Based Community Development (ABCD)

Abstract

This research aims to empower Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Cileng Village, Poncol District, Magetan by training them to use e-commerce to expand markets and increase income. The method used is an asset-based community development (ABCD) approach, with a focus on human, social, physical and economic assets. The research stages consist of asset identification, participatory planning, training implementation, as well as evaluation and development. The research results state that e-commerce training has significantly increased the knowledge and skills of MSMEs in running online stores. As a result, almost 90% of participants were able to set up their own online shop, while around 60% reported an increase in sales in the first month. Challenges to be overcome include inadequate infrastructure and lack of technical knowledge. For program sustainability, ongoing assistance, digital infrastructure development and partnerships with various institutions are needed. It can be concluded from this research that utilizing e-commerce will be an effective way to empower MSMEs in rural areas, but only if all stakeholders support and work together on this issue.

Keywords : E-commerce, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Community Empowerment, Asset-Based Community Development (ABCD)

1. Pendahuluan

Pesatnya kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah membawa perubahan signifikan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk perekonomian. Salah satu perubahan yang sangat nyata dalam bidang TIK adalah munculnya e-commerce, yang didefinisikan sebagai perdagangan yang dilakukan secara elektronik melalui internet (Jayashree & Abirami, 2022). E-commerce telah memberikan peluang yang sangat besar bagi para pengusaha, khususnya di bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Namun sayangnya, sebagian besar pelaku UMKM, khususnya di pedesaan, belum mampu memanfaatkan peluang tersebut secara maksimal. Banyak sekali faktornya, mulai dari kurangnya pengetahuan, keterampilan, dan infrastruktur pendukung (Manzoor et al., 2021).

Desa Cileng di Kecamatan Poncol Magetan merupakan salah satu tempat yang mempunyai peluang besar bagi UMKM. Produk-produk terkenal seperti kerajinan tangan, makanan olahan, dan hasil pertanian banyak diproduksi oleh masyarakat setempat. Meski demikian, pemasaran produk-produk tersebut masih terbatas pada pasar tradisional dan sekitarnya. Rendahnya tingkat pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam e-commerce tentu menjadi salah satu kendala utama dalam pemasaran dan peningkatan daya saing produk tersebut.

Observasi awal dan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM di Desa Cileng menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha tidak memanfaatkan e-commerce sebagai alat pemasaran. Mereka memilih cara tradisional seperti menjual langsung ke pasar atau pedagang. Padahal, e-commerce memiliki banyak keunggulan, seperti cakupan yang lebih luas, biaya pemasaran yang lebih efisien, dan transaksi yang lebih mudah. Sehingga dengan hadirnya e-commerce, para pelaku UMKM di Desa Cileng bisa berpeluang menjangkau konsumen dari berbagai daerah, bahkan hingga luar negeri. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, pelaku UMKM tidak hanya dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, tetapi juga berpotensi untuk memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan pendapatan secara signifikan (Suakanto et al., 2022).

Sehubungan dengan permasalahan yang mungkin terjadi, penting untuk mengembangkan metode yang dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tentang penggunaan e-commerce demi kepentingan para pelaku yang terlibat dalam UMKM di Desa Cileng. Oleh karena itu, pelatihan e-commerce ini diharapkan dapat menjadi solusi atas permasalahan yang dihadapi UMKM di atas (Zuriani Ritonga et al., 2022). Kedepannya, dengan pelatihan ini, para pelaku UMKM akan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam

menjalankan platform e-commerce, pengelolaan toko online, pemasaran digital, serta administrasi keuangan dan logistik. Hal ini menimbulkan harapan besar bahwa para pelaku UMKM di Desa Cileng dapat memperoleh manfaat penuh dari penerapan e-commerce ke pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka.

Melihat potensi dan permasalahan yang ada, maka diperlukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM Desa Cileng dalam memanfaatkan e-commerce. Pelatihan pemanfaatan e-commerce diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM akan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam menggunakan platform e-commerce, mengelola toko online, melakukan pemasaran digital, serta mengelola keuangan dan logistik (Parvin et al., 2022). Dengan demikian, diharapkan pelaku UMKM Desa Cileng dapat memanfaatkan e-commerce secara optimal untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Namun, untuk mengoptimalkan potensi ini, diperlukan pemahaman dan pelatihan yang tepat mengenai cara menggunakan teknologi digital serta strategi pemasaran online yang efektif (Afandi et al., 2023).

Pelatihan e-commerce bagi para pelaku UMKM di Desa Cileng, Kecamatan Poncol, Kabupaten Magetan, merupakan langkah nyata dalam memberikan bantuan kepada masyarakat dan mengentaskan perekonomian di desa tersebut. Diharapkan melalui kegiatan ini akan lahir pelaku UMKM yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing di kancah digital. Sementara itu, kegiatan selanjutnya akan memberikan masukan positif bagi perkembangan perekonomian desa dan kesejahteraan masyarakat Desa Cileng pada khususnya dan Kabupaten Magetan pada umumnya.

2. Metode

Penelitian yang menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) ini sebenarnya bertujuan untuk mengoptimalkan potensi masyarakat yang ada di Desa Cileng Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan. Dengan penekanan pada penguatan kapasitas masyarakat ABCD melalui identifikasi dan pemanfaatan sumber daya yang ada, baik manusia, sosial, fisik, dan ekonomi. Langkah-langkah dalam metodologi ini adalah: Pengenalan Aset, Perencanaan Partisipatif, Implementasi, dan Evaluasi dan Pengembangan (Karisma et al., 2022). Diharapkan dengan cara seperti ini masyarakat bisa lebih aktif dalam pengembangan perekonomian daerah dan perbaikan taraf hidup mereka.

1) Tahap Pengenalan Aset (Discovery)

Pada tahap ini, peneliti akan melakukan identifikasi aset-aset yang dimiliki oleh masyarakat Desa Cileng, khususnya pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Aset yang dimaksud meliputi:

- a) Sumber Daya Manusia: Keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman pelaku UMKM dalam memproduksi barang atau jasa.
- b) Sumber Daya Sosial: Jaringan sosial, kelompok usaha, dan lembaga masyarakat yang dapat mendukung pengembangan e-commerce.
- c) Sumber Daya Fisik: Infrastruktur seperti akses internet, perangkat teknologi, dan lokasi usaha.
- d) Sumber Daya Ekonomi: Produk unggulan desa, seperti kerajinan tangan, makanan olahan, dan hasil pertanian.

2) Tahap Perencanaan Partisipatif (Dream)

Berdasarkan aset yang telah diidentifikasi, peneliti bersama masyarakat akan merumuskan visi dan tujuan pengembangan e-commerce. Tahap ini melibatkan partisipasi aktif pelaku UMKM dan stakeholders terkait untuk merencanakan kegiatan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi mereka. Beberapa langkah yang dilakukan meliputi:

- a) Menyusun rencana pelatihan e-commerce yang mencakup materi, metode, dan jadwal pelaksanaan.
- b) Menentukan platform e-commerce yang akan digunakan (misalnya: Shopee, Tokopedia, atau Instagram).
- c) Merancang strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar.

3) Tahap Pelaksanaan (Design)

Pada tahap ini, peneliti akan melaksanakan pelatihan pemanfaatan e-commerce dengan memanfaatkan aset yang telah diidentifikasi. Pelatihan akan dirancang secara praktis dan aplikatif, meliputi:

- a) Pengenalan platform e-commerce dan cara membuat toko online.
- b) Teknik pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan iklan berbayar.
- c) Manajemen keuangan dan logistik untuk usaha online.
- d) Praktik langsung membuat toko online dan mengunggah produk.

4) Tahap Evaluasi dan Pengembangan (Destiny)

Setelah pelatihan selesai, peneliti akan melakukan evaluasi untuk mengukur dampak dan keberlanjutan program. Evaluasi dilakukan dengan:

- a) Monitoring: Memantau perkembangan toko online yang telah dibuat oleh pelaku UMKM.
- b) Evaluasi Partisipatif: Mengadakan diskusi dengan peserta pelatihan untuk mengevaluasi keberhasilan program dan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi.
- c) Penyusunan Rencana Tindak Lanjut: Merancang strategi untuk mengatasi kendala dan memastikan keberlanjutan program, seperti pembentukan kelompok usaha atau pendampingan berkala.

3. Hasil dan Pembahasan

1) Identifikasi Aset (Discovery)

Pada tanggal 13 Juli 2024 telah dilakukan identifikasi aset Desa Cileng, Kecamatan Poncol, Kabupaten Magetan. Pada tahap ini para pelaku UMKM juga akan diajak untuk mengenal dan memetakan aset yang dimiliki yaitu sumber daya manusia, produk dan infrastruktur yang ada. Dengan pemetaan yang jelas tersebut, para pelaku UMKM mampu lebih mengoptimalkan potensi yang ada dan merencanakan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif. Begitu pula dengan pemahaman aset terhadap kinerja bisnis, para pelaku yang terlibat dalam UMKM juga dapat menentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing guna mencapai tujuan bisnis jangka panjang. Kajian dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap para pelaku usaha kecil dan menengah asal Cileng, Kecamatan Poncol, Magetan dan mengungkap beberapa aset untuk mengembangkan e-commerce:

- a) Sumber Daya Manusia: Pelaku UMKM di Desa Cileng memiliki keterampilan dalam memproduksi berbagai produk unggulan, seperti kerajinan tangan, makanan olahan, dan hasil pertanian. Namun, sebagian besar belum memiliki pengetahuan tentang e-commerce.
- b) Sumber Daya Sosial: Terdapat kelompok usaha dan lembaga masyarakat, seperti PKK dan Karang Taruna, yang dapat menjadi mitra dalam pengembangan e-commerce.
- c) Sumber Daya Fisik: Akses internet sudah tersedia di sebagian besar wilayah desa, meskipun kecepatannya masih terbatas. Beberapa pelaku UMKM juga telah memiliki smartphone yang dapat digunakan untuk mengelola toko online.

- d) Sumber Daya Ekonomi: Produk-produk unggulan Desa Cileng memiliki potensi pasar yang besar, terutama jika dipasarkan secara online.

Identifikasi aset tersebut menunjukkan bahwa Desa Cileng mempunyai potensi yang cukup besar untuk mengembangkan kemampuan e-commerce-nya. Meskipun terdapat beberapa hambatan, seperti kurangnya informasi dan infrastruktur, aset dasar masih dapat digunakan sebagai titik awal untuk memberdayakan pelaku usaha kecil dan menengah. Dengan pelatihan dan pendampingan, para pelaku usaha kecil dan menengah akan memiliki kesempatan untuk meningkatkan keterampilan digital mereka dan dapat memanfaatkan platform e-commerce secara lebih efektif untuk menjangkau pasar yang lebih besar dan menjual lebih banyak produk mereka (Nugroho et al., 2022). Selain itu, kerja sama antara pemerintah daerah dan pelaku usaha kecil dan menengah harus mempercepat peningkatan infrastruktur yang tersedia, yang sangat diperlukan untuk e-commerce di tingkat desa. Dengan pendekatan yang tepat, Cileng dapat menjadi contoh keberhasilan bagi sebagian besar desa lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemberdayaan ekonomi lokal (Hertati et al., 2022).

2) Perencanaan Partisipatif (Dream)

Pada tanggal 18 Juli 2024 melaksanakan perencanaan partisipatif dengan melibatkan pelaku UMKM, perangkat desa, tokoh masyarakat dan akademisi. Dalam perencanaan partisipatif, melibatkan komunitas local dalam proses pengambilan keputusan sangat penting untuk memastikan bahwa kebutuhan dan aspirasi mereka terakomodasi dengan baik. Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan rasa memiliki terhadap proyek yang dijalankan, tetapi juga mendorong inovasi dan kreativitas dalam mencari solusi yang sesuai dengan konteks social. Dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, perencanaan partisipatif dapat menciptakan sinergi yang kuat antara pemerintah, masyarakat, dan akademisi dalam mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Pentingnya komunikasi yang efektif antara semua pihak juga tidak dapat diabaikan, karena hal ini akan memastikan bahwa setiap suara didengar dan dipertimbangkan dalam proses perencanaan. Melalui workshop partisipatif memperoleh hasil rencana pelatihan e-commerce dengan fokus pada:

- a) Pengenalan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Instagram.
- b) Teknik pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan iklan berbayar.
- c) Manajemen keuangan dan logistik untuk usaha online.

Proses perencanaan yang partisipatif memastikan bahwa program pelatihan sesuai dengan kebutuhan dan potensi pelaku UMKM (Sun et al., 2019). Partisipasi aktif dari masyarakat juga menciptakan rasa kepemilikan terhadap program, sehingga meningkatkan kemungkinan keberhasilan dan keberlanjutan. Keterlibatan berbagai pemangku kepetingan diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing produk dari desa tersebut di pasar digital (Sugiharto et al., 2022). Program ini juga menyediakan akses ke sumber daya dan informasi yang diperlukan untuk membantu pelaku UMKM memanfaatkan peluang dalam pasar digital, sehingga mereka dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren dan permintaan konsumen. Dengan demikian, program pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun jaringan kolaboratif yang kuat antara pelaku UMKM dan komunikasi lokal.

3) Pelaksanaan Pelatihan (Design)

Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 23 Juli 2024 dengan melibatkan 25 pelaku UMKM di Balai Desa Cileng Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang interaktif dan praktis, memastikan peserta dapat langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam usaha mereka masing-masing. Sesi pelatihan akan mencakup berbagai topik, mulai dari pemasaran digital hingga manajemen keuangan, dengan narasumber yang berpengalaman di bidangnya untuk memberikan wawasan dan strategi yang relevan. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang dapat meningkatkan daya saing usaha mereka di pasar. Materi pelatihan disampaikan secara praktis dan aplikatif, meliputi:

- a) Pembuatan toko online di platform e-commerce.
- b) Teknik pengambilan foto produk dan penulisan deskripsi yang menarik.
- c) Strategi pemasaran digital menggunakan media sosial.
- d) Praktik langsung mengunggah produk dan mengelola pesanan.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa:

- a) 90% peserta berhasil membuat toko online dan mengunggah minimal 5 produk.
- b) 80% peserta memahami cara melakukan pemasaran digital melalui media sosial.
- c) 70% peserta merasa lebih percaya diri untuk menjual produk secara online.

Tingkat keberhasilan pelatihan menunjukkan bahwa pendekatan praktis dan partisipatif efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM (Pedone et al.,

2023). Keberhasilan ini juga membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin digital, sehingga mereka dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan produk mereka. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Dengan demikian, pelatihan ini berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi local dan memberdayakan pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam strategi bisnis mereka. Namun, masih terdapat tantangan, seperti keterbatasan waktu pelatihan dan kesulitan sebagian peserta dalam mengelola toko online secara mandiri. Untuk mengatasi tantangan ini perlu adanya dukungan berkelanjutan dan program mentoring yang dapat membantu pelaku UMKM dalam menerapkan keterampilan yang telah mereka pelajari, serta memberikan bimbingan dalam pengelolaan toko online secara efektif.

4) Evaluasi dan Pengembangan (Destiny)

Evaluasi dan Pengembangan merupakan Langkah penting untuk memastikan bahwa program pelatihan tetap relevan dan efektif dalam menjawab kebutuhan pelaku UMKM. Setelah pelatihan, dilakukan monitoring dan evaluasi untuk mengukur dampak program. Hasil dari evaluasi ini akan digunakan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, serta menyesuaikan materi pelatihan agar lebih sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar yang terus berubah. Hasil evaluasi adalah:

- a) Peningkatan Penjualan: 60% peserta melaporkan peningkatan penjualan dalam 1 bulan pertama setelah pelatihan.
- b) Pengembangan Jaringan: Beberapa peserta mulai membentuk kelompok usaha untuk saling mendukung dalam mengelola toko online.
- c) Tantangan yang Dihadapi: Beberapa peserta masih mengalami kesulitan dalam mengelola logistik dan promosi berbayar.

Berdasarkan hasil evaluasi, disusun rencana tindak lanjut, meliputi:

- a) Pendampingan berkala oleh tim fasilitator.
- b) Pembentukan kelompok usaha untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman.
- c) Kerjasama dengan pihak terkait, seperti dinas perdagangan dan penyedia jasa logistik, untuk mengatasi kendala yang dihadapi.

Evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan e-commerce telah memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di Desa Cileng. Namun, untuk memastikan keberlanjutan program, diperlukan pendampingan dan dukungan lebih lanjut dari berbagai pihak. Salah satu Langkah penting yang harus diambil adalah memperkuat jaringan kolaborasi antara peserta pelatihan

dan stakeholder local untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih solid (Nurchahyo & Putra, 2021). Untuk mencapai hal ini dengan mengadakan forum rutin yang memungkinkan para pelaku UMKM berinteraksi langsung dengan stakeholder, berbagi tantangan yang dihadapi, serta mencari solusi Bersama dalam pengembangan bisnis mereka. Forum ini juga dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan teknologi terbaru dan tren pasar, sehingga para pelaku UMKM tetap kompetitif dalam industri yang terus berkembang (Cazacu, 2022). Dengan adanya forum ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka, serta memperluas jaringan yang dapat mendukung pertumbuhan usaha mereka secara berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Pelatihan pemanfaatan e-commerce bagi pelaku UMKM di Desa Cileng telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar. Pendekatan ABCD yang digunakan dalam penelitian ini terbukti efektif karena memanfaatkan aset dan potensi yang sudah dimiliki oleh masyarakat. Meskipun masih terdapat tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur dan pengetahuan, program ini telah memberikan dampak positif bagi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Keberhasilan program ini juga menunjukkan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dan kolaborasi antara berbagai pihak dalam pengembangan ekonomi desa. Dengan pendampingan dan dukungan yang berkelanjutan, diharapkan pelaku UMKM di Desa Cileng dapat terus berkembang dan bersaing di era digital.

5. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM di Desa Cileng disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan digital, membangun jaringan usaha, dan memanfaatkan fitur e-commerce secara optimal. Pemerintah desa dan stakeholder lokal perlu menyediakan infrastruktur pendukung, memberikan pendampingan berkelanjutan, serta mengadakan pelatihan lanjutan yang lebih spesifik. Pemerintah daerah diharapkan membuat kebijakan pendukung, menjalin kerjasama dengan platform e-commerce, dan mengembangkan ekosistem digital. Peneliti dan akademisi disarankan melakukan penelitian lanjutan serta mengembangkan model pendampingan yang efektif. Masyarakat umum juga dapat berkontribusi dengan membeli produk lokal dan meningkatkan literasi digital. Dengan

kolaborasi semua pihak, diharapkan pelaku UMKM di Desa Cileng dapat memanfaatkan e-commerce secara optimal untuk meningkatkan perekonomian desa.

Daftar Pustaka

- Afandi, A., Amsari, S., & Hayati, I. (2023). Digital marketing training by Lazismu Medan City to increase the MSMEs competitiveness. *Community Empowerment*, 8(5), 676–681. <https://doi.org/10.31603/ce.9122>
- Cazacu, D. (2022). Overview of SMES technology. In *Superconducting Magnetic Energy Storage in Power Grids* (pp. 11–57). Institution of Engineering and Technology. https://doi.org/10.1049/PBPO210E_ch2
- Hertati, L., Asmawati, A., Syahfitri, L., & Hendarmin, R. (2022). Pelatihan Peran Inovasi, E-Commerce, Ekosistem Mendorong Inovasi Produk Unggulan Desa. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 36–55. <https://doi.org/10.46963/ams.v3i1.522>
- Jayashree, N., & Abirami, N. (2022). E-commerce – An overview with special reference to Indian economy. *Journal of Statistics and Management Systems*, 25(5), 1263–1268. <https://doi.org/10.1080/09720510.2022.2094557>
- Karisma, R. D. N., Widayani, H., & Naschicuddin, A. (2022). Asset-Based Community Development: Pengembangan Produk Pertanian Sari Jeruk Khas Dusun Precet. *JRCE (Journal of Research on Community Engagement)*, 4(1), 54–59. <https://doi.org/10.18860/jrce.v4i1.17410>
- Manzoor, F., Wei, L., & Sahito, N. (2021). The role of SMEs in rural development: Access of SMEs to finance as a mediator. *PLOS ONE*, 16(3), e0247598. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247598>
- Nugroho, M. A., Hutama, P. S. P., & Azzahra, S. F. (2022). Pendampingan Digitalisasi Bisnis KWT Soka Makmur. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 496–501. <https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i4.189>
- Nurchahyo, R., & Putra, P. A. (2021). Critical Factors in Indonesia's E-Commerce Collaboration. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 2458–2469. <https://doi.org/10.3390/jtaer16060135>
- Parvin, M., Asimiran, S. Bin, & Ayub, A. F. B. M. (2022). Impact of introducing e-commerce on small and medium enterprises – a case on logistics provider. *Society and Business Review*, 17(3), 469–484. <https://doi.org/10.1108/SBR-10-2020-0131>
- Pedone, A., Angotti, R., & Barricelli, D. (2023). Training and skills development in SMEs. *Sinappsi*, 13(1), 32–49. https://doi.org/10.53223/Sinappsi_2023-01-3
- Suakanto, S., Fauzi, R., Andreswari, R., Hardiyanti, M., & Nurtrisha, W. A. (2022). Development of e-commerce applications and integration into the marketplace to support MSME product sales. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 7(3), 519–530. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v7i3.7334>
- Sugiharto, T., Herwanto, H., Priantama, R., Irwansyah, M., & Ajiziyah, S. (2022). PENGENALAN DAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI MASYARAKAT DESA MEKARMULYA KECAMATAN GARAWANGI KABUPATEN KUNINGAN PROVINSI JAWA BARAT. *PEDULI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 14–21. <https://doi.org/10.37303/peduli.v6i1.378>
- Sun, C.-Y., Tai, H.-H., & Yen, A.-C. (2019). Use of Planning Training Courses and Activities to Enhance the Understanding of Eco-Community Planning Concepts in Participatory Planning Workshop Participants: A Case Study in Taiwan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(9), 1666. <https://doi.org/10.3390/ijerph16091666>



Zuriani Ritonga, Hayanuddin Safri, Bayu Eko Broto, Sutoyo, Chairul Bariah, Nasution, A. A., & Aryani Sairun. (2022). E-Commerce Training for Beginner Entrepreneurs in Bireuen District. *International Journal of Community Service (IJCS)*, 1(2), 168–172.
<https://doi.org/10.55299/ijcs.v1i2.191>