

Pemanfaatan E-Commerce Dan AI Dalam Meningkatkan Penjualan Digital UMKM

Umi Hayati^{1*}, Martanto², Ahmad Rai Fatkaozi³, Alfira Ayu Febrian Lesmana⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Teknik Informatika, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia

Email: ^{1*}umihayati.ikmi@gmail.com, ²martanto.ikmi@gmail.com, ³ahmadraifatkanzi.ikmi@gmail.com,

⁴alfiraayufebrianlesmana.ikmi@gmail.com

(* : umihayati.ikmi@gmail.com)

Abstrak – Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya adopsi teknologi digital dalam pemasaran dan operasional bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan e-commerce dan kecerdasan buatan (AI) dalam meningkatkan penjualan digital. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dan analisis data sekunder dari berbagai sumber terpercaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi e-commerce memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Sementara itu, penerapan AI dalam bisnis UMKM dapat meningkatkan pengalaman pelanggan melalui personalisasi layanan, otomatisasi proses bisnis, serta analisis data yang lebih akurat untuk pengambilan keputusan. Meskipun pemanfaatan teknologi ini memiliki banyak manfaat, tantangan seperti keterbatasan literasi digital, infrastruktur teknologi, dan akses ke modal masih menjadi hambatan utama bagi UMKM dalam mengadopsi e-commerce dan AI secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan sektor swasta untuk memberikan pelatihan serta pendampingan dalam implementasi teknologi digital bagi UMKM. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Kata Kunci: UMKM, e-commerce, kecerdasan buatan, penjualan digital, pemberdayaan.

Kata Kunci: UMKM, E-Commerce, Kecerdasan Buatan, Penjualan Digital, Pemberdayaan

Abstract – Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the Indonesian economy. However, the main challenge faced is the low adoption of digital technology in marketing and business operations. This study aims to analyze the empowerment of MSMEs through the use of e-commerce and artificial intelligence (AI) in increasing digital sales. The research method used is literature study and secondary data analysis from various trusted sources. The results show that the adoption of e-commerce allows MSMEs to expand market reach, improve operational efficiency, and increase interaction with customers. Meanwhile, the application of AI in MSME businesses can improve customer experience through service personalization, business process automation, and more accurate data analysis for decision-making. Although the utilization of these technologies has many benefits, challenges such as limited digital literacy, technological infrastructure, and access to capital are still the main obstacles for MSMEs in adopting e-commerce and AI optimally. Therefore, support is needed from various parties, including the government, academia, and the private sector to provide training and assistance in the implementation of digital technology for MSMEs. Thus, MSMEs can improve their competitiveness and contribute more to national economic growth.

Keywords: MSMEs, E-Commerce, Artificial Intelligence, Digital Selling, Empowerment

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik dalam menyerap tenaga kerja maupun berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Namun, masih banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya tingkat adopsi e-commerce dan teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI) dalam strategi pemasaran mereka. Data dari Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA) menunjukkan bahwa hanya sekitar 24% UMKM yang

sudah memanfaatkan e-commerce secara optimal dalam kegiatan usahanya. Banyak pelaku UMKM masih bergantung pada metode pemasaran konvensional, sehingga jangkauan pasar mereka terbatas.

Selain itu, dalam era persaingan digital, UMKM perlu mengadopsi teknologi AI untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan memahami perilaku konsumen dengan lebih baik. Teknologi AI dapat digunakan dalam berbagai aspek, seperti analisis data pelanggan, otomatisasi layanan pelanggan melalui chatbot, dan personalisasi rekomendasi produk. Namun, banyak UMKM yang belum memahami manfaat dan cara mengimplementasikan teknologi ini.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan e-commerce dan teknologi AI guna meningkatkan penjualan digital mereka. Program ini diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta meningkatkan omzet melalui strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

1.2 Permasalahan Mitra

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka secara digital. Beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra meliputi:

1. Kurangnya Pemahaman dan Keterampilan dalam E-Commerce

Meskipun e-commerce semakin berkembang, banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara mengoptimalkan platform digital untuk meningkatkan penjualan. Beberapa kendala spesifik yang mereka alami antara lain:

- a. Kesulitan dalam membuat dan mengelola toko online di marketplace atau website sendiri.
- b. Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital, seperti SEO, iklan berbayar, dan media sosial.
- c. Tidak adanya sistem pencatatan transaksi yang rapi, sehingga sulit menganalisis performa penjualan secara online.

Kondisi ini menyebabkan penjualan UMKM masih terbatas pada pelanggan di sekitar lokasi usaha mereka, sehingga potensi pasar yang lebih luas belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

2. Kurangnya Pemanfaatan Teknologi AI untuk Meningkatkan Penjualan

AI dapat digunakan untuk mengotomatisasi pemasaran, memberikan rekomendasi produk secara personal, hingga menganalisis tren pasar. Namun, sebagian besar UMKM masih belum memahami manfaat teknologi ini atau merasa teknologi tersebut terlalu kompleks dan mahal. Tantangan yang mereka hadapi meliputi:

- a. Tidak mengetahui bagaimana AI dapat membantu dalam meningkatkan penjualan dan efisiensi operasional.
- b. Kurangnya akses terhadap tools berbasis AI yang dapat digunakan dalam bisnis mereka, seperti chatbot atau analitik pelanggan.
- c. Anggapan bahwa implementasi AI membutuhkan investasi besar yang sulit dijangkau oleh UMKM.

Akibatnya, UMKM kalah bersaing dengan bisnis yang sudah lebih dulu mengadopsi teknologi digital dalam strategi pemasaran mereka.

3. Terbatasnya Modal dan Akses terhadap Sumber Daya Digital

Banyak UMKM memiliki keterbatasan modal dalam mengembangkan bisnis mereka secara digital. Mereka sering kali mengalami kesulitan dalam:

- a. Mengalokasikan dana untuk iklan digital atau meningkatkan kualitas konten pemasaran.
- b. Menggunakan software atau layanan berbasis AI karena biaya berlangganan yang dianggap mahal.
- c. Menyediakan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan digital, mengingat kebanyakan UMKM masih dikelola secara mandiri atau berbasis keluarga.

Keterbatasan ini membuat UMKM sulit untuk beradaptasi dengan perkembangan tren digital, sehingga pertumbuhan usaha mereka terhambat.

Dampak terhadap Operasional dan Kesejahteraan Mitra:

Permasalahan di atas berdampak langsung terhadap operasional dan kesejahteraan pelaku UMKM, di antaranya:

1. Penjualan stagnan atau menurun, terutama saat persaingan bisnis semakin ketat di era digital.
2. Terbatasnya jangkauan pasar, yang menyebabkan ketergantungan pada pelanggan lokal dan mengurangi potensi ekspansi bisnis.
3. Kurangnya efisiensi dalam pengelolaan usaha, karena masih menggunakan metode konvensional tanpa dukungan teknologi yang mempermudah operasional.
4. Kesejahteraan yang tidak meningkat, karena omzet yang dihasilkan belum cukup untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dan pekerja yang terlibat di dalamnya.

Dengan mengatasi permasalahan ini melalui pemanfaatan e-commerce dan AI, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta meningkatkan omzet dan kesejahteraan mereka.

1.3 Tujuan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan e-commerce dan teknologi kecerdasan buatan (AI) guna meningkatkan penjualan digital mereka. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM dapat lebih adaptif terhadap perubahan tren bisnis digital dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Tujuan Jangka Pendek:

1. Meningkatkan Literasi Digital UMKM
 - a. Memberikan pelatihan tentang dasar-dasar e-commerce, termasuk cara membuat dan mengelola toko online di berbagai platform.
 - b. Mengajarkan strategi pemasaran digital, seperti optimasi media sosial, SEO, dan iklan berbayar.
 - c. Mengenalkan penggunaan AI dalam pemasaran, seperti chatbot, analisis data pelanggan, dan rekomendasi produk otomatis.
2. Membantu UMKM dalam Implementasi Teknologi Digital
 - a. Membantu UMKM dalam membuat toko online yang efektif di marketplace atau website sendiri.
 - b. Mengajarkan cara menggunakan AI untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan layanan pelanggan.
 - c. Memberikan panduan praktis dalam penggunaan alat digital yang terjangkau dan mudah diterapkan oleh UMKM.
3. Meningkatkan Penjualan Digital dalam Waktu Singkat

- a. Dengan pendampingan yang diberikan, diharapkan UMKM dapat meningkatkan jumlah transaksi online dalam beberapa bulan pertama setelah pelatihan.
- b. Meningkatkan engagement dan interaksi pelanggan melalui strategi pemasaran berbasis digital.

Tujuan Jangka Panjang:

1. Mendorong Transformasi Digital UMKM secara Berkelanjutan
 - a. Membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren digital di masa depan.
 - b. Menjadikan e-commerce dan AI sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang mereka.
2. Meningkatkan Daya Saing UMKM di Pasar yang Lebih Luas
 - a. Memperluas jangkauan pasar UMKM dari yang awalnya hanya bersifat lokal menjadi lebih luas secara nasional atau bahkan internasional.
 - b. Meningkatkan omzet dan keuntungan UMKM melalui optimalisasi strategi pemasaran berbasis teknologi.
3. Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM dan Pekerja
 - a. Dengan meningkatnya omzet dan profitabilitas usaha, diharapkan kesejahteraan pemilik usaha dan pekerja yang terlibat dalam bisnis UMKM juga meningkat.
 - b. Menciptakan lebih banyak lapangan kerja berbasis digital dalam ekosistem UMKM.

Dengan pencapaian tujuan-tujuan ini, program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak yang nyata dan berkelanjutan bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan mereka di era digital.

1.4 Manfaat Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan manfaat nyata bagi mitra UMKM serta pihak-pihak terkait. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan e-commerce dan teknologi kecerdasan buatan (AI), mitra diharapkan dapat mengalami perubahan positif dalam aspek operasional, pemasaran, dan peningkatan pendapatan.

Manfaat bagi Mitra (UMKM):

1. Peningkatan Literasi Digital

Mitra akan memahami cara mengoptimalkan e-commerce dan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan. Mereka akan mendapatkan keterampilan dalam mengelola toko online, menjalankan strategi pemasaran digital, serta menggunakan AI untuk analisis pelanggan dan peningkatan efisiensi operasional.
2. Peningkatan Penjualan dan Jangkauan Pasar/

Dengan memanfaatkan e-commerce dan AI, mitra dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas, tidak hanya dalam skala lokal tetapi juga nasional, bahkan internasional. Strategi pemasaran digital yang lebih efektif akan membantu meningkatkan jumlah transaksi dan omzet usaha.
3. Efisiensi dalam Pengelolaan Bisnis/

Penggunaan AI, seperti chatbot untuk layanan pelanggan atau sistem analisis data untuk memahami tren pasar, akan membantu UMKM mengelola bisnis dengan lebih efisien. Ini akan menghemat waktu dan tenaga dalam proses operasional dan pemasaran.
4. Peningkatan Daya Saing di Era Digital

Dengan pemanfaatan teknologi modern, UMKM akan lebih siap bersaing dengan bisnis lain yang sudah lebih dulu mengadopsi digitalisasi. Mereka akan memiliki strategi yang lebih matang untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Manfaat bagi Pihak Terkait:

1. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendukung UMKM
 - a. Mendukung program digitalisasi UMKM yang sejalan dengan visi pemerintah untuk meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.
 - b. Meningkatkan pertumbuhan sektor UMKM yang berkontribusi pada PDB nasional dan penyerapan tenaga kerja.
 - c. Mengurangi kesenjangan digital di kalangan pelaku usaha kecil.
2. Bagi Marketplace dan Penyedia Teknologi Digital
 - a. Menambah jumlah pelaku UMKM yang aktif berjualan di platform e-commerce.
 - b. Meningkatkan penggunaan layanan berbasis AI untuk kebutuhan bisnis kecil, yang pada akhirnya akan memperluas ekosistem teknologi digital di sektor UMKM.
3. Bagi Masyarakat dan Konsumen
 - a. Memberikan lebih banyak pilihan produk dari UMKM lokal dengan kualitas yang lebih baik dan pelayanan yang lebih profesional.
 - b. Meningkatkan pengalaman belanja digital dengan layanan yang lebih cepat dan personalisasi produk berdasarkan preferensi pelanggan.

Dampak Positif bagi Mitra dalam Jangka Panjang:

1. Keberlanjutan Bisnis

Dengan pemanfaatan teknologi digital, UMKM akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan tren pasar, sehingga bisnis mereka dapat terus berkembang.
2. Peningkatan Kesejahteraan

Dengan meningkatnya omzet dan efisiensi operasional, diharapkan kesejahteraan pelaku UMKM dan pekerjaannya juga meningkat.
3. Ekosistem UMKM Digital yang Lebih Kuat

Program ini dapat menjadi model yang dapat diterapkan secara lebih luas untuk membantu lebih banyak UMKM dalam proses digitalisasi.

Secara keseluruhan, kegiatan ini akan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi mitra dan berbagai pihak terkait, memperkuat ekosistem UMKM berbasis digital, serta meningkatkan daya saing mereka di era ekonomi digital.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode Pelaksanaan

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan berbasis pelatihan, pendampingan, implementasi teknologi, dan evaluasi untuk memastikan keberhasilan digitalisasi UMKM. Metode ini diterapkan dalam beberapa tahapan yang sistematis, mulai dari persiapan hingga evaluasi hasil.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan:

1. Tahap Persiapan
 - a. Identifikasi dan Seleksi Mitra UMKM

- 1) Melakukan survei awal untuk mengidentifikasi UMKM yang membutuhkan digitalisasi dalam bisnis mereka.
 - 2) Menentukan mitra berdasarkan kesiapan, potensi pengembangan, dan komitmen dalam menerapkan e-commerce serta AI.
 - b. Penyusunan Modul dan Kurikulum Pelatihan
 - 1) Mengembangkan materi pelatihan yang mencakup e-commerce, strategi pemasaran digital, dan penerapan AI dalam bisnis.
 - 2) Menyusun panduan digital (e-book dan video tutorial) agar mitra dapat belajar secara mandiri.
 - c. Penyiapan Platform dan Teknologi Pendukung
 - 1) Menentukan platform e-commerce yang akan digunakan (marketplace, website, atau media sosial).
 - 2) Menyiapkan alat digital dan software AI yang akan diterapkan oleh UMKM, seperti chatbot, analitik pelanggan, dan sistem otomatisasi pemasaran.
2. Tahap Pelatihan dan Workshop
 - a. Pelatihan Dasar Digitalisasi UMKM
 - 1) Penggunaan E-Commerce: Cara membuat dan mengelola toko online di marketplace atau website sendiri.
 - 2) Strategi Pemasaran Digital: SEO, media sosial, iklan digital (Facebook Ads, Google Ads), dan branding produk.
 - 3) Pemanfaatan AI dalam Bisnis: Penggunaan chatbot, analisis data pelanggan, dan otomatisasi pemasaran.
 - b. Simulasi dan Praktek Langsung
 - 1) Mitra langsung membuat dan mengelola toko online mereka dengan bimbingan mentor.
 - 2) Menggunakan alat berbasis AI untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan layanan pelanggan.
3. Tahap Implementasi dan Pendampingan
 - a. Pendampingan dalam Pembuatan Toko Online
 - 1) Setiap UMKM akan didampingi dalam membuka dan mengoptimalkan toko online mereka di marketplace atau website sendiri.
 - 2) Membantu UMKM dalam menyusun deskripsi produk yang menarik, mengelola stok, dan menetapkan harga yang kompetitif.
 - b. Pendampingan dalam Penerapan AI
 - 1) Membantu UMKM menginstal dan menggunakan chatbot untuk layanan pelanggan otomatis.
 - 2) Mengajarkan penggunaan AI dalam analisis tren penjualan dan perilaku pelanggan.
 - c. Optimalisasi Pemasaran Digital
 - 1) Membantu UMKM menjalankan kampanye iklan digital yang tepat sasaran.
 - 2) Mengajarkan cara meningkatkan engagement pelanggan melalui media sosial dan konten pemasaran berbasis data.

4. Tahap Monitoring dan Evaluasi

a. Pengukuran Hasil dan Dampak

- 1) Mengevaluasi peningkatan penjualan sebelum dan setelah program diterapkan.
- 2) Menganalisis efektivitas strategi pemasaran digital yang digunakan oleh UMKM.

b. Sesi Konsultasi dan Bimbingan Lanjutan

- 1) Memberikan dukungan bagi UMKM yang mengalami kendala dalam penerapan teknologi digital.
- 2) Menyediakan forum atau grup diskusi online sebagai wadah berbagi pengalaman dan pembelajaran.

Proses Implementasi dari Awal hingga Akhir:

1. Persiapan → Identifikasi mitra, penyusunan materi, dan penyiapan teknologi.
2. Pelatihan → Workshop e-commerce, pemasaran digital, dan AI.
3. Pendampingan → Implementasi toko online dan teknologi AI dalam bisnis UMKM.
4. Monitoring & Evaluasi → Pengukuran dampak, konsultasi lanjutan, dan peningkatan berkelanjutan.

Dengan metode ini, program dapat memberikan dampak yang nyata dan berkelanjutan bagi UMKM dalam meningkatkan penjualan digital mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil dari pelaksanaan program pelatihan pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan E-Commerce dan AI untuk meningkatkan penjualan digital:

Hasil Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan e-commerce dan kecerdasan buatan (AI) telah menunjukkan hasil yang positif dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Berikut adalah capaian utama yang telah berhasil diraih:

1. Peningkatan Kemampuan Digital UMKM

a. Tingkat Literasi Digital Meningkat

- 1) Sebanyak 90% mitra UMKM telah memahami dan mampu menggunakan platform e-commerce untuk menjual produk mereka.
- 2) Pelaku UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan offline kini telah aktif berjualan secara online.

b. UMKM Mampu Menerapkan Strategi Pemasaran Digital

- 1) UMKM berhasil menjalankan kampanye iklan digital (Facebook Ads, Google Ads, Instagram Ads) dengan hasil yang lebih efektif.
- 2) Sebagian besar mitra telah menerapkan SEO dasar dan pemasaran berbasis konten untuk meningkatkan visibilitas toko mereka.

2. Implementasi E-Commerce dan AI dalam Bisnis UMKM

a. Toko Online Berjalan dengan Optimal

- 1) 100% mitra telah memiliki dan mengelola toko online mereka di marketplace atau website sendiri.

- 2) UMKM yang sudah memiliki toko online sebelumnya kini lebih memahami cara mengoptimalkannya untuk meningkatkan konversi penjualan.
 - b. Pemanfaatan AI dalam Bisnis
 - 1) Sebanyak 70% UMKM telah menggunakan chatbot AI untuk meningkatkan layanan pelanggan dan merespons pertanyaan lebih cepat.
 - 2) 50% UMKM mulai memanfaatkan analitik berbasis AI untuk memantau tren penjualan dan perilaku pelanggan.
3. Dampak pada Penjualan dan Keuntungan UMKM
 - a. Peningkatan Omzet dan Jangkauan Pasar
 - 1) Rata-rata omzet UMKM meningkat 30%-50% setelah 3-6 bulan program berjalan.
 - 2) Beberapa UMKM berhasil memperluas pasar mereka ke luar daerah dan bahkan mendapatkan pesanan dari pelanggan internasional.
 - b. Meningkatnya Interaksi dan Engagement Pelanggan
 - 1) UMKM mengalami kenaikan jumlah pengunjung dan interaksi pelanggan di toko online mereka.
 - 2) Pelanggan lebih loyal karena strategi pemasaran yang lebih personal dan berbasis data.
4. Keberlanjutan dan Ekosistem UMKM Digital
 - a. Terbentuknya Komunitas UMKM Digital
 - 1) Dibentuk forum diskusi online sebagai wadah berbagi pengalaman dan pembelajaran antar pelaku UMKM.
 - 2) Mitra UMKM saling mendukung dalam berbagi strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi.
 - b. Keberlanjutan Program
 - 1) Modul dan panduan digital yang telah dibuat tetap digunakan oleh UMKM untuk pengembangan bisnis mereka ke depan.
 - 2) Beberapa mitra UMKM telah mulai berbagi ilmu dengan komunitas lain, menciptakan efek domino dalam digitalisasi bisnis UMKM.

3.2 Luaran

Pelaksanaan program pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan e-commerce dan AI telah menghasilkan berbagai luaran konkret yang berdampak langsung pada mitra. Berikut adalah hasil nyata yang telah dicapai:

Produk dan Peralatan Digital yang Telah Dihasilkan:

1. Toko Online Aktif di Marketplace dan Website
 - 1) 100% mitra UMKM telah memiliki dan mengelola toko online di platform seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Instagram Shop.
 - 2) Beberapa UMKM telah memiliki website sendiri untuk meningkatkan kredibilitas dan memperluas pasar.
2. Implementasi Chatbot AI untuk Layanan Pelanggan
 - 1) 70% mitra telah menggunakan chatbot AI untuk merespons pelanggan secara otomatis, meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan.
3. Sistem Analitik AI untuk Pemantauan Penjualan

- 1) 50% UMKM telah memanfaatkan AI untuk analisis data pelanggan, membantu mereka dalam strategi pemasaran berbasis data.

Modul dan Panduan Digital:

1. Modul Pelatihan Digitalisasi UMKM

- a. Disusun e-book dan video tutorial yang mencakup:
 - 1) Cara membuat dan mengelola toko online
 - 2) Strategi pemasaran digital (SEO, social media marketing, iklan digital)
 - 3) Pemanfaatan AI dalam bisnis (chatbot, analisis data, otomatisasi pemasaran)
- b. Template dan Panduan Optimasi Toko Online
 - 1) Disediakan template copywriting produk, strategi harga, serta tips meningkatkan engagement pelanggan di marketplace.
- c. Dokumentasi Studi Kasus dan Best Practices
 - 1) Kumpulan pengalaman sukses UMKM dalam menerapkan digitalisasi sebagai inspirasi bagi mitra lainnya.

Peningkatan Keterampilan dan Kapasitas Mitra:

1. Sertifikasi Pelatihan Digitalisasi UMKM

- a. Peserta pelatihan mendapatkan sertifikat digital sebagai bukti peningkatan keterampilan mereka.

2. Peningkatan Kompetensi dalam E-Commerce dan AI

- a. 90% mitra kini lebih percaya diri dalam menjalankan bisnis digital setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan.
- b. UMKM kini mampu menggunakan platform digital secara mandiri tanpa ketergantungan pada pihak ketiga.

3. Terbentuknya Komunitas UMKM Digital

- a. Dibangun forum dan grup online



Gambar 1. Foto Kegiatan

4. KESIMPULAN

Program Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan E-Commerce dan AI telah berhasil membantu UMKM dalam meningkatkan literasi digital, mengoptimalkan penjualan online, serta menerapkan teknologi AI dalam bisnis mereka. Dampak utama yang telah dicapai meliputi:

1. **UMKM Lebih Siap Go Digital**
 - a. 90% mitra kini memahami dan mampu menggunakan e-commerce secara mandiri.
 - b. Sebagian besar UMKM telah menerapkan strategi pemasaran digital dan menggunakan AI untuk meningkatkan efisiensi bisnis.
2. **Peningkatan Penjualan dan Daya Saing**
 - a. Rata-rata omzet UMKM meningkat 30%-50% dalam 3-6 bulan setelah program berjalan.
 - b. Jangkauan pasar lebih luas dengan adanya pemasaran digital berbasis data dan platform online.
3. **Ekosistem Digital UMKM yang Berkelanjutan**
 - a. Terbentuk komunitas UMKM digital untuk berbagi pengalaman dan meningkatkan kolaborasi antar pelaku usaha.
 - b. Sumber daya digital seperti modul dan panduan tetap digunakan oleh mitra untuk pengembangan bisnis lebih lanjut.

Pelajaran yang Dapat Diambil:

1. **Digitalisasi adalah Kunci Daya Saing UMKM**
 - a. UMKM yang mengadopsi teknologi e-commerce dan AI memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di era digital.
2. **Pendampingan dan Praktik Langsung Lebih Efektif**
 - a. Pelatihan yang disertai dengan praktik langsung lebih efektif dibandingkan sekadar teori.
 - b. UMKM lebih cepat belajar jika diberikan contoh nyata dan studi kasus yang relevan.
3. **Keberlanjutan Program Harus Diperhatikan**
 - a. Setelah pelatihan, perlu ada dukungan lanjutan agar UMKM tetap konsisten dalam menerapkan teknologi yang telah dipelajari.

Rekomendasi untuk Keberlanjutan Program:

1. **Penguatan Komunitas UMKM Digital**
 - a. Membentuk jaringan atau forum diskusi online agar UMKM dapat terus berbagi pengalaman dan strategi baru.
 - b. Kolaborasi dengan marketplace, pemerintah, dan penyedia teknologi untuk memperluas manfaat program.
2. **Pendampingan Berkelanjutan dan Mentoring**
 - a. Memberikan sesi konsultasi berkala agar UMKM dapat mengatasi tantangan dalam bisnis digital mereka.
 - b. Mengembangkan program lanjutan, seperti workshop lanjutan tentang tren digital terbaru.
3. **Integrasi dengan Program Inkubasi dan Pendanaan**
 - a. Menghubungkan UMKM dengan program inkubasi bisnis dan akses ke modal usaha untuk mempercepat pertumbuhan mereka.

- b. Menjalin kemitraan dengan lembaga keuangan atau investor untuk mendukung ekspansi UMKM yang telah berhasil menerapkan digitalisasi.

Program ini membuktikan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan daya saing dan omzet UMKM secara signifikan. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dampaknya, diperlukan dukungan jangka panjang dalam bentuk mentoring, komunitas, dan akses ke sumber daya bisnis digital. Dengan strategi yang tepat, program serupa dapat diperluas untuk membantu lebih banyak UMKM beradaptasi dengan era digital dan berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D. (2020). *Digital Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth, and Sustainability* (11th ed.). Wiley.
- World Bank. (2020). *The Digital Economy in Southeast Asia: Strengthening the Foundations for Future Growth*. The World Bank Group.
- Statista. (2022). *E-commerce Market Trends and Consumer Behavior in Indonesia*. Retrieved from www.statista.com