



Sosialisasi Ekonomi Digital Dalam Upaya Peningkatan Pertumbuhan Kinerja UMKM di Desa Simodong

Yenni Mariani Sinurat¹; Suci Etri Jayanti²; Daniel Collyn³;
Rapat Piter Sony Hutauruk⁴; Fitriyaningsih Fitriyaningsih⁵; Yomeini Sagala⁶;
Rika Surlianto Zalukhu⁷; Rodi Syafrizal⁸; Ayu Zurlaini Damanik⁹;
Murbanto Sinaga¹⁰

¹⁻⁹ STIE Bina Karya, Tebing Tinggi

¹⁰ Universitas Sumatera Utara, Medan

Corresponding author: sucietrijayanti@gmail.com²

Article History:

Received:

January 9, 2024

Accepted:

February 10, 2024

Published:

February 29, 2024

Keywords: MSMEs, Digital economy, E-Commerce, Online Marketplaces

Abstract: The majority of MSME players in Simodong village have not optimized the use of digital technology in managing their business. Their understanding is also very limited regarding the digital economy and the benefits of technology in their business development. Therefore, community service activities in the form of socialization were held to MSME players in Simodong village, Sei Suka sub-district, Batu Bara district. This socialization activity aims to increase the understanding and knowledge of MSME actors about the digital economy. The socialization activity was attended by 20 participants. The methods used in this service activity are lectures and interactive discussions. The stages of service activities include the preparation stage, implementation stage and evaluation stage. After participating in the service activities, the understanding and knowledge of MSME actors about the digital economy increased. The majority of service activity participants have understood the concepts and benefits of the digital economy. Likewise, E-Commerce and online marketplaces and their benefits in increasing MSME sales have also been understood by the majority of participants. This activity has a significant impact in increasing the understanding and knowledge of participants.

Abstrak: Mayoritas pelaku UMKM di desa Simodong belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan bisnisnya. Pemahaman mereka juga sangat terbatas mengenai ekonomi digital dan manfaat teknologi dalam perkembangan bisnis mereka. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian dalam bentuk sosialisasi diadakan kepada pelaku UMKM di desa Simodong, Kec. Sei Suka, Kab. Batu Bara. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM tentang ekonomi digital. Kegiatan sosialisasi diikuti oleh 20 orang peserta. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah dan diskusi interaktif. Tahapan kegiatan pengabdian meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Setelah mengikuti kegiatan pengabdian, pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM tentang ekonomi digital meningkat. Mayoritas peserta kegiatan pengabdian telah memahami konsep dan manfaat ekonomi digital. Begitu pula dengan *E-Commerce* dan *online marketplaces* beserta manfaatnya dalam meningkatkan penjualan UMKM juga telah dipahami oleh mayoritas peserta. Kegiatan ini berdampak signifikan dalam menambah pemahaman dan pengetahuan peserta.

Kata Kunci: UMKM, Ekonomi digital, *E-Commerce*, *Online Marketplaces*

* Suci Etri Jayanti, sucietrijayanti@gmail.com

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membuka era baru dalam dunia bisnis, terutama bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM menjadi tulang punggung ekonomi nasional (Ghassani, 2015; Nasution et al., 2021; Ulya & Agustin, 2022; Vinatra, 2023), namun banyak di antaranya menghadapi tantangan dalam mengikuti arus transformasi digital. Oleh karena itu, sosialisasi ekonomi digital menjadi strategi yang penting untuk membantu UMKM memahami dan mengadopsi perkembangan teknologi guna meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis.

UMKM memiliki peran strategis dalam menggerakkan ekonomi, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun kontributor terhadap pendapatan nasional. Meskipun demikian, beberapa UMKM masih terkendala dalam mengoptimalkan manfaat teknologi digital. Teknologi digital yang dikemas dalam bentuk aplikasi media sosial merupakan alat paling efektif dalam pemberdayaan UMKM (Srirejeki, 2016). Ekonomi digital menawarkan potensi besar bagi UMKM untuk meraih peluang di pasar global. Melalui platform digital dan e-commerce, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Melalui platform online dan e-commerce, UMKM dapat mencapai konsumen lebih cepat dan efektif, mengurangi keterbatasan geografis, dan meningkatkan visibilitas produk. Berbagai manfaat tersebut akan mendatangkan dampak positif bagi pendapatan UMKM. Dalam hal ini, terlihat jelas bahwa ekonomi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM (Ramadani & Syariati, 2020).

Meskipun peluang yang luas terbuka di depan mata, para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering menghadapi sejumlah tantangan dan hambatan dalam mengadopsi teknologi digital (Firdausya & Ompusunggu, 2023; Romadhon & Fitri, 2020). Tantangan utama yang dihadapi melibatkan kurangnya pemahaman tentang perkembangan teknologi, ketidakmampuan untuk menghadapi risiko keamanan digital, dan keterbatasan akses terhadap sumber daya yang diperlukan. Berbagai hambatan tersebut menyebabkan pelaku UMKM urung dalam menggunakan teknologi digital. Hal ini dialami oleh para pelaku UMKM di Desa Simodong, Kec. Sei Suka, Kab. Batu Bara. Hasil prasurvei yang dilakukan oleh tim pengabdian menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di kelurahan tersebut belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital. Pemahaman mereka sangat terbatas mengenai ekonomi digital dan bagaimana teknologi dapat memberikan manfaat signifikan dalam perkembangan bisnis mereka.

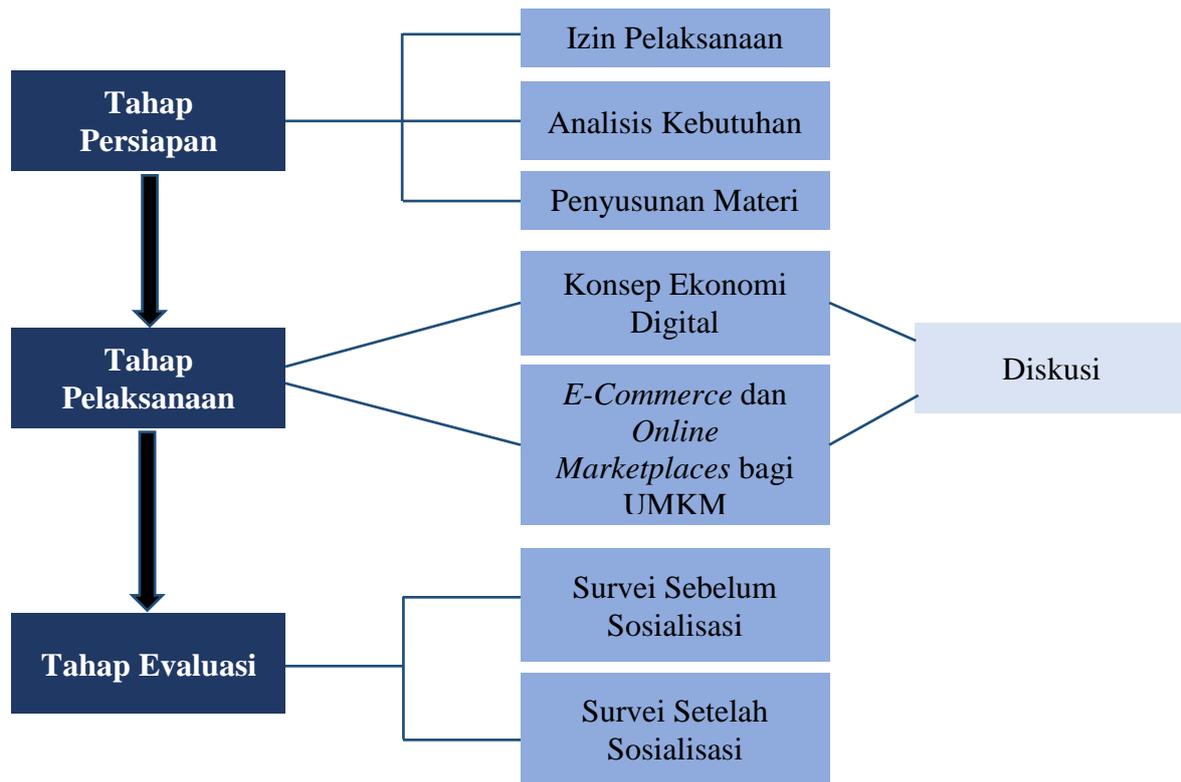
Pengusaha mikro di Desa Simodong masih cenderung mengandalkan metode promosi

dan penjualan konvensional, menunjukkan bahwa mereka belum terbiasa dengan penggunaan teknologi dalam aspek bisnis. Dampaknya sangat terasa, dimana konsumen yang dapat mereka jangkau sangat terbatas. Pada akhirnya perkembangan usaha mereka cenderung stagnan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, perlu adanya upaya mendalam terkait pemberian edukasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM di Desa Simodong agar mereka dapat mengatasi hambatan ini. Hal inilah yang mendorong tim pengabdian melakukan pengabdian berupa sosialisasi kepada pelaku UMKM di desa Simodong. Kegiatan pengabdian dapat memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta pengabdian (Collyn et al., 2023; Jayanti et al., 2023; Zalukhu et al., 2022).

Kegiatan pengabdian ini dikemas dalam bentuk sosialisasi. Tujuannya untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM tentang ekonomi digital, sehingga mereka dapat memanfaatkan potensi penuh ekonomi digital dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka. Melalui pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran online dan integrasi teknologi, diharapkan UMKM dapat menjadi agen perubahan dalam menghadapi revolusi digital. Selain itu, peningkatan kapasitas UMKM dalam ekonomi digital diharapkan dapat mendorong pertumbuhan bisnis mereka ke tingkat yang lebih tinggi dan mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini merupakan kolaborasi antara dosen dan mahasiswa STIE Bina Karya. Kegiatan pengabdian dikemas dalam bentuk sosialisasi yang diakhiri dengan diskusi interaktif antara tim pengabdian dengan peserta kegiatan. Peserta kegiatan ini adalah pelaku UMKM di desa Simodong, Kec. Sei Suka, Kab. Batu Bara. Saat pelaksanaan prasurvey, ditemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM di desa Simodong belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan bisnisnya. Pemahaman mereka juga sangat terbatas mengenai ekonomi digital dan manfaat teknologi dalam perkembangan bisnis mereka. Berdasarkan temuan tersebut, maka tim pengabdian menawarkan solusi berupa pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan tema “Ekonomi Digital untuk Pertumbuhan UMKM”. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 4 Januari 2024 di Aula Kantor Desa Simodong. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini, yaitu ceramah dan diskusi interaktif. Tahapan-tahapan kegiatan pengabdian meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan persiapan pelaksanaan kegiatan. Tujuannya adalah untuk memastikan kegiatan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Beberapa kegiatan dalam tahap persiapan ini meliputi permohonan izin kegiatan pengabdian, analisis kebutuhan dan penyusunan materi sosialisasi. Permohonan izin kegiatan pengabdian diajukan kepada Kepala Desa Simodong. Seluruh kebutuhan selama proses tahapan tahapan pengabdian diidentifikasi dengan cermat, berupa konsumsi, fasilitas, dan kebutuhan-kebutuhan lainnya yang dianggap perlu. Pada tahap ini juga, anggota tim yang ditugaskan sebagai pemateri akan menyusun materi sosialisasi sekaligus kuesioner survei sebagai alat evaluasi keberhasilan program.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap inti kegiatan pengabdian. Tahap ini diisi dengan kegiatan sosialisasi kepada peserta pengabdian oleh tim yang bertugas. Penyampaian materi sosialisasi dilakukan oleh dosen yang menguasai ekonomi digital dan kewirausahaan. Setelah penyampaian materi, kegiatan berikutnya diisi dengan diskusi interaktif antara peserta pengabdian dengan tim pengabdian. Dalam diskusi ini, peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan berbagai pertanyaan menyangkut topik

sosialisasi. Tim pengabdian selanjutnya menanggapi seluruh pertanyaan peserta dan memberikan solusi implementatif terhadap kendala-kendala yang dihadapi para peserta saat menjalankan bisnisnya.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan bagian penting dalam kegiatan pengabdian ini. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemanfaatan kegiatan kepada para peserta, terutama dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mereka. Pelaksanaan evaluasi program menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada peserta pengabdian sebelum dan sesudah sosialisasi dilakukan. Kuesioner yang dibagikan, baik sebelum maupun setelah pelaksanaan sosialisasi merupakan kuesioner yang sama. Dengan demikian, progress yang dialami para peserta dapat diketahui. Progress peserta akan merefleksikan keberhasilan kegiatan pengabdian yang dilakukan.

Indikator evaluasi disajikan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Indikator Ketercapaian Program

Sebelum Pendampingan	Indikator Keberhasilan	Tolak Ukur
1. Peserta tidak mengetahui konsep ekonomi digital	Pengetahuan peserta mengenai konsep ekonomi digital	Peserta memahami konsep ekonomi digital
2. Peserta tidak memahami manfaat ekonomi digital	Pengetahuan peserta mengenai manfaat ekonomi digital	Peserta memahami manfaat ekonomi digital
3. Peserta tidak mengetahui <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i>	Pengetahuan peserta mengenai <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i>	Peserta mengetahui <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i>
4. Peserta tidak mengetahui manfaat <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i> dalam meningkatkan penjualan UMKM	Pengetahuan peserta mengenai manfaat <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i> dalam meningkatkan penjualan UMKM	Peserta mengetahui manfaat <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i> dalam meningkatkan penjualan UMKM

HASIL

1. Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Simodong terlaksana dengan baik dan lancar. Kegiatan ini berjalan sesuai dengan rencana dan tahapan yang telah ditentukan sebelumnya. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 4 Januari 2024, diikuti oleh 20 orang peserta. Tema yang diangkat dalam pengabdian ini adalah Ekonomi Digital untuk Pertumbuhan Kinerja UMKM. Peserta sangat antusias mengikuti seluruh proses sosialisasi. Dalam sesi diskusi interaktif, peserta mengajukan berbagai

pertanyaan seputar ekonomi digital dan platform *e-commerce* serta *online marketplaces* yang dapat mereka gunakan untuk memasarkan produk. Tim pengabdian menanggapi seluruh pertanyaan peserta dengan jawaban-jawaban yang informatif dan implementatif.

a. Deskripsi Peserta

Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh 20 orang peserta, yaitu pelaku UMKM di desa Simodong. Berdasarkan kuesioner yang dibagikan, peserta kegiatan pengabdian dapat diseskripsikan sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria peserta menurut jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	9 orang	45%
Perempuan	11 orang	55%
Total	20 orang	100%

Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas peserta pengabdian adalah peserta perempuan. Diketahui peserta perempuan berjumlah 11 orang atau 55%, sedangkan peserta laki-laki berjumlah 9 orang atau 45%.

Tabel 3. Kriteria peserta menurut umur

Rentang Umur	Jumlah	Persentase
21 tahun – 30 tahun	6 orang	30%
31 tahun – 40 tahun	10 orang	50%
41 tahun – 50 tahun	4 orang	20%
Total	20 orang	100%

Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas peserta berusia antara 31-40 tahun. Peserta dengan rentang usia tersebut berjumlah 10 orang atau 50%, peserta dengan usia antara 21-30 tahun berjumlah 6 orang atau 30%, sedangkan peserta dengan usia antara 41-50 tahun jumlahnya paling sedikit, yaitu sebanyak 4 orang atau 20%.

Tabel 4. Kriteria peserta menurut pendidikan

Komoditas Pertanian	Jumlah	Persentase
SMP/Sederajat	2 orang	10%
SMA/Sederajat	12 orang	60%
S1	6 orang	30%
Total	20 orang	100%

Tabel 4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan mayoritas peserta adalah SMA/Sederajat. Peserta dengan pendidikan SMA/Sederajat mencapai 12 orang atau 60%. Peserta dengan pendidikan S1 berjumlah 6 orang atau 30%, sedangkan peserta dengan pendidikan SMP/Sederajat berjumlah 2 orang atau 10%.

b. Sosialisasi Konsep Ekonomi Digital

Ekonomi digital merujuk pada sistem ekonomi yang sangat bergantung pada penggunaan teknologi digital dan informasi. Konsep ini melibatkan transformasi cara

bisnis, produksi, dan pertukaran barang serta jasa dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Pemateri dalam pemaparannya mengemukakan bahwa terdapat beberapa elemen kunci dari konsep ekonomi digital, antara lain teknologi digital, e-commerce, pembayaran digital, pemasaran digital, inovasi dan kreativitas, akses informasi global dan lain-lain. Dalam konsep ekonomi digital, perubahan terjadi tidak hanya dalam aspek teknologi, tetapi juga dalam cara orang berinteraksi, berbisnis, dan mengelola sumber daya. Transformasi ini membentuk ekosistem ekonomi yang dinamis dan terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi.

Pemateri menegaskan bahwa ekonomi digital tidak hanya terbatas pada aspek perdagangan, ekonomi digital juga melibatkan dimensi keuangan yang semakin terdigitalisasi. Pembayaran digital dan dompet elektronik menjadi metode yang umum digunakan, memfasilitasi transaksi dengan cepat dan efisien. Perusahaan-perusahaan juga semakin mengandalkan strategi pemasaran digital untuk mencapai audiens yang lebih luas, mengoptimalkan platform media sosial, analisis data, dan teknik pemasaran online guna membangun citra merek dan meningkatkan kehadiran mereka di pasar.

Pemateri menekankan, ekonomi digital memberikan sejumlah manfaat yang signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), membuka peluang baru dan meningkatkan daya saing. Pemateri menguraikan beberapa manfaat ekonomi digital bagi UMKM yang mencakup akses pasar yang lebih luas, peningkatan efisiensi operasional, peluang inovasi produk dan layanan, pemasaran yang lebih efektif, akses ke layanan keuangan digital, optimalisasi biaya operasional, peningkatan daya saing, dan keberlanjutan bisnis. Dengan berbagai manfaat tersebut, pemateri menyimpulkan bahwa ekonomi digital menjadi alat yang kuat dalam membantu UMKM memasuki era digital dan mencapai potensi penuh mereka dalam perekonomian yang terus berkembang.

c. Sosialisasi *E-Commerce* dan *Online Marketplaces* bagi UMKM

E-Commerce (*electronic commerce*) merupakan istilah umum yang merujuk pada kegiatan pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui internet. Sedangkan *Online Marketplaces*, atau pasar daring merupakan jenis platform *e-commerce* yang menyediakan tempat sentral di mana penjual dan pembeli dapat bertemu dan berpartisipasi dalam transaksi. Dalam pemaparannya, pemateri mengemukakan bahwa *E-Commerce* dan *Online Marketplaces* membuka peluang baru yang sangat penting bagi UMKM dalam menghadapi era digital. Melalui *E-Commerce*,

UMKM dapat memanfaatkan *platform online* untuk memasarkan produk dan layanan mereka, mencapai konsumen jauh melampaui batas geografis yang mungkin terbatas dalam model bisnis konvensional. Dengan mendirikan toko online, UMKM dapat membangun kehadiran digital mereka, menyajikan produk dengan cara yang menarik, dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih mudah bagi konsumen.



Gambar 2. Pemaparan Materi

Pemateri menekankan bahwa *Online Marketplaces*, sebagai bagian integral dari ekosistem *E-Commerce*, memberikan keunggulan tambahan bagi UMKM. Dengan bergabung ke dalam marketplace yang lebih besar, UMKM dapat mendapatkan eksposur yang lebih besar dan meraih keuntungan dari basis pelanggan yang sudah ada. Ini memungkinkan UMKM untuk menghemat biaya pemasaran dan infrastruktur teknologi, karena mereka dapat memanfaatkan infrastruktur yang sudah ada dalam platform marketplace. Selain itu, kehadiran di online marketplaces juga memberikan UMKM kesempatan untuk bersaing dengan pelaku besar dalam industri dan meningkatkan daya saing mereka.

Pemateri tidak lupa mengingatkan akan tantangan yang juga dapat muncul, seperti persaingan yang ketat di dalam online marketplaces dan kebutuhan untuk memahami teknologi. Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga pendukung UMKM perlu menyediakan dukungan, pelatihan, dan akses ke sumber daya digital untuk membantu UMKM memanfaatkan potensi penuh *E-Commerce* dan *Online Marketplaces*. Dengan demikian, UMKM dapat mengintegrasikan diri dengan lebih baik ke dalam ekonomi digital, meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka, dan tetap relevan dalam pasar global yang terus berubah.

2. Evaluasi

Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur tingkat kebermanfaatan kegiatan pengabdian kepada peserta. Proses evaluasi menggunakan instrumen berupa kuesioner

yang diberikan kepada peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan sosialisasi. Kuesioner yang dibagikan, baik sebelum maupun sesudah sosialisasi merupakan kuesioner yang sama, sehingga dampak yang ingin diukur akan tercermin dari tanggapan peserta terhadap kuesioner tersebut. Harapannya, kegiatan pengabdian ini mampu memberikan dampak positif, khususnya dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai ekonomi digital. Hasil evaluasi sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian disajikan dalam Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil survey sebelum pengabdian

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Peserta	
	Ya	Tidak
Apakah Saudara mengetahui konsep ekonomi digital?	4	16
Apakah Saudara mengetahui manfaat ekonomi digital?	3	17
Apakah Saudara mengetahui <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i> ?	7	13
Apakah Saudara mengetahui manfaat <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i> dalam meningkatkan penjualan UMKM?	6	14

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa mayoritas peserta mengaku tidak mengetahui konsep dan manfaat ekonomi digital. Begitu pula peserta yang mengetahui *E-Commerce* dan *Online Marketplaces* beserta manfaatnya dalam meningkatkan penjualan UMKM masih sangat sedikit. Oleh karena itu, sangat logis jika UMKM di Desa Simodong belum memanfaatkan platform digital dalam bisnis mereka.

Hasil evaluasi setelah kegiatan sosialisasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan peserta tentang ekonomi digital. Hal ini tercermin dalam Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Hasil survey setelah pengabdian

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Peserta	
	Ya	Tidak
Apakah Saudara mengetahui konsep ekonomi digital?	19	1
Apakah Saudara mengetahui manfaat ekonomi digital?	19	1
Apakah Saudara mengetahui <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i> ?	18	2
Apakah Saudara mengetahui manfaat <i>E-Commerce</i> dan <i>Online Marketplaces</i> dalam meningkatkan penjualan UMKM?	17	3

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa setelah mengikuti sosialisasi, jumlah peserta yang memahami konsep dan manfaat ekonomi digital bertambah signifikan. Begitu pula

peserta yang mengetahui *E-Commerce* dan *Online Marketplaces* beserta manfaatnya dalam meningkatkan penjualan UMKM juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM di desa Simodong tentang ekonomi digital.

Sebelum sosialisasi, jumlah peserta yang mengetahui konsep ekonomi digital sebanyak 4 orang, meningkat menjadi 19 orang setelah sosialisasi. Jumlah peserta yang mengetahui manfaat ekonomi digital sebelum sosialisasi sebanyak 3 orang, meningkat menjadi 19 orang setelah sosialisasi. Peserta yang mengetahui *E-Commerce* dan *Online Marketplaces* sebelum sosialisasi berjumlah 7 orang, meningkat menjadi 18 orang setelah sosialisasi. Sedangkan jumlah peserta yang mengetahui manfaat *E-Commerce* dan *Online Marketplaces* dalam meningkatkan penjualan UMKM sebelum sosialisasi sebanyak 6 orang, meningkat menjadi 17 orang setelah sosialisasi. Hasil evaluasi ini mencerminkan *progress* yang dialami peserta.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa sosialisasi kepada pelaku UMKM di desa Simodong berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan ini berjalan sesuai dengan rencana dan tahapan yang telah ditentukan sebelumnya. Kegiatan ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM di desa Simodong tentang ekonomi digital. Mayoritas peserta kegiatan pengabdian telah memahami konsep dan manfaat ekonomi digital. Begitu pula dengan *E-Commerce* dan *Online Marketplaces* beserta manfaatnya dalam meningkatkan penjualan UMKM juga telah dipahami oleh sebagian besar peserta. Untuk pengabdian selanjutnya, pengabdian menyarankan dilakukannya sosialisasi tentang keamanan digital kepada pelaku UMKM di desa Simodong, sehingga mereka dapat terhindar dari berbagai risiko kejahatan digital yang berpotensi terjadi dan merugikan bisnis mereka.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kepada LPPM STIE Bina Karya yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini, serta terimakasih kepada mitra dan semua pihak yang terlibat, sehingga kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan baik dan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Collyn, D., Zalukhu, R. S., Hutauruk, R. P. S., Sinurat, Y. M., Sinaga, M., & Purba, A. (2023). Sosialisasi Pentingnya Pengetahuan Dasar Akuntansi dalam Pengembangan UMKM di Desa Kerapuh. *Madaniya*, 4(1), 316–322.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital Abad 21. *TALIJAGAD*, 1(3), 14–18. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/tali-jagad/index>
- Ghassani, N. (2015). Kemitraan Pengembangan UMKM (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pembangunan UMKM Kabupaten Gresik). *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 142–151. <http://www.surabayakita.com/index.php?option=co>
- Jayanti, S. E., Zalukhu, R. S., Damanik, S. W. H., Hutauruk, R. P. S., Collyn, D., Sinaga, M., Sinurat, Y. M., Sagala, Y. M., & Damanik, A. Z. (2023). Sosialisasi Penentuan Harga Jual Produk Dalam Rangka Optimalisasi Laba Pada UMKM Di Kelurahan Kebun Sayur. *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*, 1(2), 200–211.
- Nasution, W. S. L., Nusa, P., & Putra, S. D. (2021). Membangkitkan UMKM Ditengah Pandemi Covid-19. *TRIDHARMADIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Jakarta*, 1(1), 9–18. <https://doi.org/10.52362/tridharmadimas.v1i1.494>
- Ramadani, D. F., & Syariati, A. (2020). Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha sebagai Pendorong Pendapatan UMKM di Kota Makassar. *ICOR: Journal of Regional Economics*, 1(1), 24–33.
- Romadhon, F., & Fitri, A. (2020). Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik). *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(1), 30–44.
- Srirejeki, K. (2016). Analisis Manfaat Media Sosial dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 7(1), 57–68.
- Ulya, H. N., & Agustin, R. P. (2022). Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dagang dan Label pada UMKM Jajanan Camilan di Desa Joresan Mlarak Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 58–70.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Zalukhu, R. S., Sinurat, Y. M., Collyn, D., Purba, A., Arseto, D., & Sagala, Y. M. (2022). Sosialisasi Manajemen Pola Tanam dan Pengelolaan Keuangan Bagi Petani Milenial Binaan HKTI Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Abdimas Patikala*, 2(1), 508–517. <https://etdci.org/journal/patikala/>