



## Sosialisasi Pemahaman Basic digital Marketing dan Pemanfaatan E-Commerce untuk UMKM di Karang Taruna Penapride

Asya Sabrina Nur Amelia<sup>1</sup>, Fadila Anisya Sukmayanti<sup>2</sup>, Juni Sepriaman  
Telaumbanua<sup>3</sup>, Budhi Prabowo<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang,  
Indonesia

Email : [asyasabrina03@gmail.com](mailto:asyasabrina03@gmail.com) , [fadilaanisyasukmayanti1966@gmail.com](mailto:fadilaanisyasukmayanti1966@gmail.com) ,  
[junistelaumbanua18@gmail.com](mailto:junistelaumbanua18@gmail.com)

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia usaha, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan digital marketing dan e-commerce secara optimal untuk mendukung perkembangan usahanya. Karang Taruna PenaPride sebagai wadah generasi muda memiliki potensi untuk berperan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi mengenai basic digital marketing dan pemanfaatan e-commerce bagi anggota Karang Taruna PenaPride. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, diskusi, dan sesi tanya jawab yang dilakukan secara interaktif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai konsep dasar digital marketing, manfaat media sosial dalam promosi usaha, serta pentingnya e-commerce dalam memperluas jangkauan pasar. Melalui kegiatan ini diharapkan anggota Karang Taruna PenaPride dapat menjadi pelopor dalam mendorong pengembangan UMKM berbasis digital sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha serta beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital yang terus berkembang.

**Kata Kunci:** *digital marketing, e-commerce, UMKM, karang taruna, pemasaran digital, media sosial, pemberdayaan masyarakat*

### Abstract

The development of digital technology has brought significant changes to the business world, including for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, many MSME actors have not yet optimally utilized digital marketing and e-commerce to support the growth of their businesses. PenaPride Youth Organization, as a platform for young people, has the potential to play an important role in enhancing public understanding of the utilization of digital technology in business activities. Therefore, this Community Service Program (PKM) was conducted in the form of a socialization activity on basic digital marketing and the utilization of e-commerce for members of the PenaPride Youth Organization. The methods employed included material presentation, discussions, and interactive question-and-answer sessions. The results of the activity indicate that participants gained a better understanding of the basic concepts of digital marketing, the benefits of social media for business promotion, and the importance of e-commerce in expanding market reach. Through this activity, it is expected that members of the PenaPride Youth Organization will become pioneers in encouraging the development of digital-based MSMEs, thereby enhancing business competitiveness and enabling adaptation to the continuously evolving digital economy.

**Keywords:** Digital Marketing, E-Commerce, Msmes, Youth Organization, Digital Marketing Strategy, Social Media, Community Empowerment

## **PENDAHULUAN**

Perekonomian Karang Taruna PenaPride memiliki potensi besar dalam mendukung perkembangan UMKM, terutama karena anggotanya cukup dekat dengan penggunaan teknologi. Namun, dalam praktiknya masih banyak pelaku UMKM yang menjalankan usaha secara konvensional dan belum memanfaatkan digital marketing secara maksimal. Sebagian besar masih mengandalkan promosi dari face to face atau penjualan langsung, padahal saat ini konsumen lebih banyak mencari produk melalui media sosial dan platform e-commerce. Di sisi lain, meskipun anggota Karang Taruna sudah terbiasa menggunakan media sosial, mereka belum sepenuhnya memahami cara memanfaatkannya untuk kebutuhan bisnis, seperti membuat konten yang menarik dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain itu, penggunaan e-commerce juga masih rendah karena kurangnya pemahaman teknis serta adanya keraguan untuk memulai. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan utama terletak pada kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing dan e-commerce. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi agar UMKM dapat lebih siap dan mampu berkembang di era digital.

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut: Memberikan pemahaman dasar tentang digital marketing kepada anggota Karang Taruna PenaPride. Meningkatkan kemampuan anggota dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan usaha. Mendorong anggota agar lebih aktif dan percaya diri dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Berikut adalah rumusan masalah berdasarkan analisis situasi permasalahan, sebagai berikut: Bagaimana cara meningkatkan pemahaman anggota Karang Taruna PenaPride tentang basic digital marketing. Bagaimana peran Karang Taruna PenaPride dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis digital. Bagaimana peran sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital anggota Karang Taruna PenaPride.

## **KAJIAN TEORI**

### **Definisi Digital Marketing**

Perkembangan teknologi dan penggunaan internet yang semakin meningkat membuat digital marketing menjadi salah satu metode pemasaran yang penting bagi pelaku usaha, termasuk UMKM. Dengan digital marketing, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk dengan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan pemasaran konvensional.

Pemasaran digital (digital marketing) merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital serta internet sebagai sarana untuk mempromosikan produk maupun jasa. Konsep pemasaran ini menjadi salah satu alternatif yang efektif bagi pelaku usaha maupun institusi, termasuk lembaga pendidikan, dalam memperkenalkan layanan yang dimiliki kepada masyarakat luas.

Menurut Muljono (2018), pemasaran adalah serangkaian aktivitas, lembaga, dan proses yang bertujuan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, serta mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi konsumen, mitra, dan masyarakat. Dalam kegiatan pemasaran terdapat empat aktivitas utama, yaitu menciptakan produk atau layanan, mengkomunikasikan informasi kepada konsumen, menyampaikan penawaran, dan melakukan pertukaran nilai.

Sementara itu, Tjiptono dan Chandra (2012) menjelaskan bahwa pemasaran sebagai ilmu pengetahuan, bidang penelitian, dan praktik bisnis terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Ruang lingkup pemasaran yang awalnya hanya berfokus pada distribusi kini berkembang mencakup produk, harga, promosi, serta hubungan dengan berbagai pihak yang berkepentingan (stakeholder) dan masyarakat umum. Selain itu, perkembangan pemikiran pemasaran terbagi ke dalam empat fase, yaitu aliran ekonomi klasik dan neo-klasik, aliran pemasaran formatif, aliran manajemen pemasaran, serta aliran proses sosial dan ekonomi.

### **Definisi Karang Taruna**

Karang Taruna merupakan organisasi sosial kemasyarakatan yang menjadi wadah pembinaan dan pengembangan generasi muda di lingkungan desa maupun kelurahan. Karang Taruna dibentuk oleh masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran sosial, rasa tanggung jawab, serta partisipasi aktif pemuda dalam kegiatan kemasyarakatan. Organisasi ini berfokus pada pengembangan potensi generasi muda agar mampu berkontribusi dalam pembangunan sosial dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di lingkungannya.

Karang Taruna memiliki peran penting dalam membentuk karakter pemuda yang kreatif, mandiri, inovatif, dan memiliki jiwa kepemimpinan. Melalui berbagai program dan kegiatan, anggota Karang Taruna didorong untuk aktif dalam bidang sosial, pendidikan, olahraga, seni budaya, lingkungan, hingga kewirausahaan. Selain sebagai tempat berkumpulnya generasi muda, Karang Taruna juga menjadi sarana untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan anggota agar lebih siap menghadapi perkembangan zaman dan tantangan di era modern.

Karang Taruna Penapride merupakan organisasi kepemudaan yang berada di lingkungan masyarakat dan beranggotakan generasi muda yang memiliki tujuan untuk mengembangkan potensi, kreativitas, serta peran aktif pemuda dalam kegiatan sosial, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat. Karang Taruna Penapride berfungsi sebagai wadah bagi generasi muda untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang bersifat positif, seperti kegiatan sosial, pengembangan keterampilan, serta peningkatan kapasitas diri. Melalui organisasi ini, para pemuda diharapkan dapat meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan sekitar, mempererat hubungan sosial antaranggota masyarakat, serta berkontribusi dalam mendukung pembangunan dan kemajuan masyarakat di lingkungannya.

### **Visi Karang Taruna**

Terwujudnya generasi muda yang bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, kreatif, mandiri, dan profesional, serta memiliki tanggung jawab sosial demi terciptanya kesejahteraan masyarakat.

### **Misi Karang Taruna**

#### 1. Penguatan Organisasi

Membangun internal organisasi yang solid, transparan, dan profesional melalui komunikasi yang aktif antar pemuda di lingkungan Masyarakat Penapride.

#### 2. Pengembangan Potensi SDM

Menyelenggarakan berbagai pelatihan keterampilan, seni, dan olahraga guna meningkatkan daya saing serta kreativitas anggota.

#### 3. Pemberdayaan Ekonomi dan Aksi Kepedulian sosial

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan pemuda melalui pengelolaan unit usaha kreatif atau UMKM lokal demi kemandirian ekonomi organisasi dan warga. Dan juga menjadi garda terdepan dalam membantu permasalahan sosial masyarakat serta aktif dalam kegiatan kemanusiaan di wilayah Balaraja.

### **Peran Karang Taruna dalam Pengembangan UMKM**

Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi memberikan peluang besar bagi masyarakat, khususnya pelaku UMKM, untuk mengembangkan usaha melalui pemasaran digital dan pemanfaatan e-commerce. Oleh karena itu, Karang Taruna Penapride dapat menjadi sarana edukasi dan pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, maupun pendampingan terkait digital marketing dan penggunaan platform e-commerce.

Melalui kegiatan sosialisasi digital marketing dan e-commerce, Karang Taruna Penapride diharapkan dapat membantu meningkatkan kemampuan anggota maupun

masyarakat sekitar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha. Dengan adanya pemahaman mengenai pemasaran digital, anggota Karang Taruna dapat lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan UMKM.

### **Manfaat Digital Marketing dan E-Commerce bagi UMKM**

Digital marketing merupakan perkembangan dari pemasaran konvensional ke arah pemasaran yang beradaptasi dengan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak dilakukan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para pemasar (Mudrifah & Risky Angga Pramaja, 2022; Nurmala, 2022; Oktaviani & Rustandi, 2018).

Pemanfaatan digital marketing dan e-commerce memberikan banyak manfaat bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha di era digital. Dengan adanya digital marketing, pelaku usaha dapat mempromosikan produk secara lebih mudah, cepat, dan menjangkau masyarakat yang lebih luas melalui media sosial maupun platform online lainnya. Selain itu, penggunaan e-commerce membantu proses penjualan menjadi lebih praktis karena transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus bertemu secara langsung.

Tidak hanya itu, pemanfaatan teknologi digital juga membantu UMKM meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat. Pelaku usaha dapat membangun branding produk, meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, serta menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen melalui media digital. Dengan demikian, digital marketing dan e-commerce menjadi solusi yang efektif dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM agar lebih modern, inovatif, dan mampu bersaing di pasar digital.

## **METODE**

### **Sosialisasi Pemahaman Basic Digital Marketing dan Pemanfaatan E-Commerce**

Sosialisasi pemahaman basic digital marketing dan pemanfaatan e-commerce merupakan kegiatan edukasi yang bertujuan memberikan wawasan kepada anggota Karang Taruna Penapride mengenai pentingnya penggunaan teknologi digital dalam pengembangan UMKM. Di era perkembangan teknologi saat ini, penggunaan media digital menjadi salah satu strategi yang efektif dalam membantu pelaku usaha memasarkan produk dan memperluas jangkauan pasar.

Melalui kegiatan sosialisasi ini, anggota Karang Taruna Penapride diberikan pemahaman mengenai dasar-dasar digital marketing, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta pemanfaatan platform e-commerce untuk mendukung penjualan produk UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran peserta mengenai pentingnya penggunaan teknologi digital dalam pengembangan usaha.

Selain itu, kegiatan sosialisasi ini juga bertujuan untuk membantu anggota Karang Taruna Penapride dan pelaku UMKM agar mampu mengikuti perkembangan zaman serta meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif dan efisien.

### **Bentuk Kegiatan**

Kegiatan yang dilaksanakan dalam proposal ini berupa sosialisasi pemahaman basic digital marketing dan pemanfaatan e-commerce untuk UMKM yang ditujukan kepada anggota Karang Taruna Penapride. Kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk edukasi dan pemberdayaan masyarakat agar mampu memahami pentingnya pemasaran digital dalam mengembangkan usaha di era modern.

Sosialisasi dilakukan melalui penyampaian materi mengenai dasar-dasar digital marketing, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta pemanfaatan platform e-commerce untuk membantu meningkatkan penjualan produk UMKM. Selain penyampaian materi, kegiatan juga disertai dengan diskusi dan sesi tanya jawab agar peserta lebih memahami materi yang diberikan.

### **Tempat Dan Waktu**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan di Karang Taruna PenaPride, Negeri RT 04/01, Desa Sentul, Kecamatan Balaraja, Kabupaten Tangerang, Banten. Pada Minggu, 26 April 2026 pukul 10.00 - 12.00 WIB. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kemudahan akses bagi anggota serta ketersediaan fasilitas yang mendukung, seperti ruang pertemuan, perangkat digital, dan akses internet untuk menunjang kegiatan sosialisasi digital marketing dan e-commerce.

### **Metode Kegiatan**

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang digunakan adalah menjadi pendampingan kewirausahaan yang sudah dimiliki siswa secara manual, kerja kelompok, diskusi dan tanya jawab. Adapun susunan kegiatannya adalah sebagai berikut:

*Master of Ceremony* (MC) : Muhammad Krisna

Pembukaan : Muhammad Krisna

Dr. Budhi Prabowo, S.E., M.M

Sambutan Mahasiswa	: Asya Sabrina Nur Amelia
Paparan Materi Utama	: Asya Sabrina Nur Amelia Fadila Anisya Sukmayanti Juni Sepriaman Telaumbanua
Kegiatan	: Edukasi tentang pemahaman Basic Digital Marketing dan Pemanfaatan E-Commerce untuk Pengembangan
Tema Kegiatan	: Penyuluhan Pentingnya Pemahaman Basic Knowledge Digital Marketing dan Financial Technology untuk Generasi Muda Pada Karang Taruna PenaPride.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Kegiatan sosialisasi pemahaman basic digital marketing dan pemanfaatan e-commerce untuk UMKM dilaksanakan bersama anggota Karang Taruna Penapride. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai pentingnya penggunaan media digital dalam pengembangan usaha UMKM.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pembukaan, penyampaian tujuan kegiatan, dan pengenalan materi mengenai digital marketing serta e-commerce. Selanjutnya audiens diberikan penjelasan mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk, pentingnya konten digital dalam pemasaran, serta pemanfaatan marketplace sebagai media penjualan online. Dalam kegiatan ini peserta juga diberikan contoh sederhana mengenai cara membuat promosi produk melalui media sosial dan cara memanfaatkan platform e-commerce untuk membantu meningkatkan penjualan produk UMKM.

1. Peserta mulai memahami pengertian dasar digital marketing.
2. Peserta mengetahui manfaat penggunaan media sosial sebagai sarana promosi usaha.
3. Peserta memahami pentingnya e-commerce dalam membantu penjualan produk UMKM.
4. Peserta menunjukkan minat untuk memanfaatkan platform digital dalam kegiatan usaha.

5. Peserta menjadi lebih termotivasi untuk mengembangkan UMKM melalui pemasaran digital.

## **Pembahasan**

### **Sesi I ( Penyampaian materi)**

Pemateri : Asya Sabrina Nur Amelia  
Kegiatan : Penyampaian materi dan Tanya jawab  
Tema : Pemahaman Basic Digital Marketing Dan Pemanfaatan E-Commerce Untuk Umkm Di Karang Taruna Penapride

Kegiatan: Menyampaikan materi mengenai pengertian digital marketing, manfaat digital marketing bagi UMKM, penggunaan media sosial sebagai media promosi, serta pemanfaatan e-commerce atau marketplace dalam proses penjualan produk secara online. Penyampaian materi dilakukan menggunakan media presentasi agar audiens lebih mudah memahami materi yang diberikan. Dengan adanya kegiatan presentasi ini diharapkan audiens mampu memahami dasar-dasar digital marketing dan pemanfaatan e-commerce serta dapat menerapkannya untuk mendukung perkembangan UMKM.

### **Sesi II (Penyampaian materi mengenai praktik kesiapan kerja )**

Pemateri : Fadila Anisya Sukmayanti  
Juni Sepriaman Telaumbanua

Kegiatan: Menyampaikan materi mengenai pengertian digital marketing, manfaat digital marketing bagi UMKM, penggunaan media sosial sebagai media promosi, serta pemanfaatan e-commerce atau marketplace dalam proses penjualan produk secara online. Penyampaian materi dilakukan menggunakan media presentasi agar audiens lebih mudah memahami materi yang diberikan. Dengan adanya kegiatan presentasi ini diharapkan audiens mampu memahami dasar-dasar digital marketing dan pemanfaatan e-commerce serta dapat menerapkannya untuk mendukung perkembangan UMKM.

### **Nama Anggota Pengabdian Dosen dan Mahasiswa**

**Berikut adalah nama-nama pengabdian dosen dan mahasiswa sebagai berikut:**

<b>No.</b>	<b>NAMA</b>	<b>NIDN/NIM</b>	<b>JABATAN</b>
1.	Dr. Budhi prabowo, S.E, M.M.,	0407027902	Dosen
2	Asya Sabrina Nur Amelia	23101050182 0	Mahasiswa

3	Fadila Anisya Sukmayanti	23101050183	Mahasiswa
		7	
4	Juni Sepriaman Telaumbanua	23101050174	Mahasiswa
		7	

### Laporan Sumber Dana dan Biaya

#### a. Sumber Dana

Dana untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bersumber pada setiap kelompok dan setiap anggota masing-masing perorang membayar sebesar Rp. 225.000,00

#### b. Biaya

Biaya yang dikeluarkan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mencakup seluruh tahapannya, mulai dari survei lokasi awal hingga pelaksanaan kegiatan secara menyeluruh, dengan rincian sebagai berikut.

### RINCIAN ANGGARAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

RINCIAN ANGGARAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT						
Tanggal	Pengeluaran	Qty	Harga/Pcs	Jumlah	Sisa Saldo	
Dana Masuk				2.700.000	Rp2.700.000	
16 April 2026	Banner	1 pcs (1x2,5)	Rp65.000	Rp65.000	Rp2.635.000	
16 April 2026	Mangkok + biaya layanan shopee	6 pcs	Rp20.569	Rp126.154	Rp2.508.846	
16 April 2026	Sertifikat 1 + biaya layanan shopee + biaya transaksi	14 pcs	Rp2.700	Rp36.800	Rp2.472.046	
18 April 2026	Sertifikat 2 + biaya layanan shopee	14 pcs	Rp1.613	Rp24.586	Rp2.447.460	
20 April 2026	box snack	20 pcs	Rp1.200	Rp24.000	Rp2.423.460	
20 April 2026	konsumsi peserta kartar, dosen, dan mahasiswa	15 pcs	Rp13.000	Rp947.000	Rp1.476.460	
23 April 2026	risol solo	40 pcs	Rp2.000	Rp80.000	Rp1.396.460	
23 April 2026	risol mayo	40 pcs	Rp2.500	Rp100.000	Rp1.296.460	
23 April 2026	bolon	4 loyang	Rp30.000	Rp120.000	Rp1.176.460	
23 April 2026	puding	40 pcs	Rp3.000	Rp120.000	Rp1.056.460	
24 April 2026	cleo	1 pack		Rp44.000	Rp1.012.460	
24 April 2026	aqua	12 botol	Rp2.000	Rp24.000	Rp988.460	
24 April 2026	sanqua	3 botol	Rp3.000	Rp9.000	Rp979.460	
26 April 2026	biaya tak terduga		Rp100.000	Rp100.000	Rp879.460	
26 April 2026	pak rt		Rp50.000	Rp50.000	Rp829.460	
26 April 2026	ketua kartar		Rp100.000	Rp100.000	Rp729.460	
26 April 2026	roko marbot	2 bungkus	Rp28.000	Rp56.000	Rp673.460	
26 April 2026	es teh	14 pcs	Rp3.000	Rp42.000	Rp631.460	
26 April 2026	ayam bakar	2 pcs	Rp22.000	Rp44.000	Rp587.460	
26 April 2026	Tali rapia	1 pcs	Rp5.000	Rp5.000	Rp582.460	
	jurnal	4 kelopak	Rp 125.000	Rp500.000	Rp82.460	
	biaya lain nya			Rp82.460	Rp0	

### Materi Pembinaan dan Penyeluruhan Kegiatan

Berikut ini adalah materi mengenai “Sosialisasi Pemahaman Basic Digital Marketing dan Pemanfaatan E-Commerce untuk UMKM di Karang Taruna Penapride”. Materi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman anggota Karang Taruna dan pelaku UMKM mengenai pentingnya digital marketing serta pemanfaatan e-commerce dalam mengembangkan usaha di era digital. Fokus utama kegiatan adalah memberikan edukasi

tentang penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan konten pemasaran yang menarik, serta pemanfaatan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk UMKM.

Selain memberikan pemahaman mengenai manfaat digital marketing, kegiatan ini juga membahas cara membangun branding usaha, meningkatkan pelayanan kepada konsumen secara online, serta strategi pemasaran sederhana yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM. Peserta juga diberikan pengetahuan mengenai penggunaan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop agar mampu memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif dan produktif dalam menjalankan usahanya.

Kegiatan sosialisasi dilakukan secara interaktif melalui penyampaian materi, diskusi, dan tanya jawab sehingga peserta dapat lebih memahami penerapan digital marketing dan e-commerce secara langsung. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan anggota Karang Taruna Penapride dan pelaku UMKM mampu meningkatkan daya saing usaha, memperluas pasar, serta mengikuti perkembangan ekonomi digital yang semakin berkembang pesat.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari kegiatan pengabdian masyarakat mengenai “Sosialisasi Pemahaman Basic Digital Marketing dan Pemanfaatan E-Commerce untuk UMKM di Karang Taruna Penapride” dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kegiatan sosialisasi ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya digital marketing dan pemanfaatan e-commerce dalam mengembangkan usaha UMKM di era digital.
- b. Penyampaian materi mengenai penggunaan media sosial, marketplace, dan strategi pemasaran online memberikan wawasan baru kepada peserta untuk mempromosikan produk secara lebih luas dan efektif.
- c. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital secara tepat dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan meningkatkan penjualan produk.

### **Saran**

- a. Karang Taruna Penapride diharapkan dapat terus mengadakan kegiatan pelatihan dan sosialisasi mengenai digital marketing dan e-commerce secara berkelanjutan agar kemampuan peserta semakin berkembang.

- b. Perlu adanya pendampingan lanjutan bagi pelaku UMKM dalam pengelolaan media sosial, pembuatan konten promosi, dan penggunaan marketplace agar usaha dapat berkembang lebih optimal.
- c. Peserta diharapkan mampu menerapkan ilmu yang telah diperoleh secara konsisten sehingga dapat memanfaatkan teknologi digital secara kreatif, produktif, dan bermanfaat untuk perkembangan usaha mereka.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Fajar Septian, A. S. (2021). Sosialisasi dan pelatihan digital marketing bagi umkm dan pemuda karang taruna cilandak barat. *Jurnal Abdi Masyarakat*, academia.edu.
- Kurniawati Darmaningrum, S. B. (2024). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN PENGGUNAAN E-. *Ganesha*, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Lukmanul Hakim, I. N. (2021). DIGITAL MARKETING PADA LEMBAGA PENDIDIKAN: PEMAHAMAN, PENERAPAN DAN EFEKTIFITAS. *Seminar Nasional Dies Natalis ke-41*, Digital marketing pada lembaga pendidikan: Pemahaman, penerapan dan efektifitas.
- Sinta Rusmalinda, E. D. (2024). PELATIHAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN JIWA KEPEMIMPINAN PARA PENGUSAHA MUDA YANG MELIBATKAN KARANG TARUNA DI LINGKUNGAN DESA TEGAL MANGGUNG DAN DESA PASIRNANJUNG. *Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, penerbit.widina.