

Transformasi Digital UMKM Berkah Cumplung Melalui Website E-Commerce dan Pemanfaatan *Artificial Intelligence*

¹⁾Afit Muhammad Lukman*, ²⁾Ina Maryani, ³⁾Eva Argarini Pratama, ⁴⁾Diasmita Nandarang, ⁵⁾Azophy Rendiansyah Hasyim

^{1*,2,3,4,5)}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia
Email Corresponding: afit.fml@bsi.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Digital Kecerdasan Produk Usaha Website	UMKM Berkah Cumplung merupakan usaha mikro yang bergerak dalam produksi kerajinan tangan berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa, usaha ini berlokasi di Desa Purbalingga. Saat ini, proses pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran terbatas, promosi kurang efektif, dan rendahnya daya saing di pasar digital. Dari permasalahan tersebut beberapa upaya dilakukan salah satunya adalah dengan kegiatan pengabdian pada Masyarakat. Seluruh proses akan dilakukan secara partisipatif dan berorientasi pada pemberdayaan mitra. Luaran dari kegiatan ini mencakup satu website e-commerce aktif, sistem sederhana berbasis AI untuk promosi dan analisis produk, serta modul pelatihan dan peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam pemanfaatan teknologi digital. Melalui kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat ini berhasil, dilihat dengan terdorongnya transformasi digital UMKM Berkah Cumplung menuju sistem pemasaran modern berbasis e-commerce, penerapan teknologi <i>Artificial Intelligence</i> untuk meningkatkan efektivitas promosi dan analisis perilaku konsumen, meningkatnya daya saing dan kemandirian digital pelaku UMKM di era ekonomi berbasis teknologi. Selain itu dari hasil sampel kuesioner yang sudah di isi oleh beberapa peserta dapat disimpulkan bahwa untuk persepsi mengenai layanan yang diberikan oleh tim adalah puas, persepsi peserta mengenai hasil kegiatan adalah puas, jika kegiatan ini diadakan kembali, seberapa besar minat peserta untuk berpartisipasi adalah sangat berminat, dan persepsi peserta terhadap kegiatan secara keseluruhan adalah puas.
Keywords: Digital Intelligence Products Business Website	ABSTRACT Berkah Cumplung MSME is a micro-enterprise engaged in the production of handicrafts made from wood and coconut shells, this business is located in Purbalingga Village. Currently, the product marketing process is still carried out conventionally and has not utilized digital technology optimally. This results in limited marketing reach, ineffective promotions, and low competitiveness in the digital market. To address these problems, several efforts have been made, one of which is through community service activities. The entire process will be carried out in a participatory manner and oriented towards empowering partners. The output of this activity includes an active e-commerce website, a simple AI-based system for product promotion and analysis, as well as training modules and capacity building for MSME actors in utilizing digital technology. Through research and community service activities, this success is seen in the encouragement of Berkah Cumplung MSME's digital transformation towards a modern e-commerce-based marketing system, the application of <i>Artificial Intelligence</i> technology to improve the effectiveness of promotions and consumer behavior analysis, increasing the competitiveness and digital independence of MSME actors in the technology-based economic era. In addition, from the results of the questionnaire samples that have been filled out by several participants, it can be concluded that the perception regarding the services provided by the team is satisfied, the participants' perception regarding the results of the activity is satisfied, if this activity is held again, how much interest the participants have in participating is very interested, and the participants' perception of the activity as a whole is satisfied.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peranan krusial dalam mendorong pembangunan serta pertumbuhan ekonomi, baik di negara-negara berkembang seperti Indonesia maupun di negara-negara maju (Muhardono *et al.*, 2023). Tanaman kelapa (*Cocos nucifera L.*) merupakan tanaman yang telah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia karena banyak ditemukan di banyak tempat, terutama di sepanjang pesisir Indonesia. Pohon ini memiliki banyak manfaat dan hamper semua bagiannya dapat dimanfaatkan oleh manusia. Kerajinan kayu dan tempurung kelapa merupakan kerajinan tradisional yang dibuat dengan menggunakan tempurung kelapa sebagai bahan baku utamanya. Seni kerajinan memiliki peran strategis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena industry ini umumnya berbasis bahan local untuk membuat berbagai produk artistic yang diminati di pasar global (Subagya & Eskak, 2021). Kayu dan tempurung kelapa dipilih karena memiliki stuktur yang keras dan tahan lama serta mudah dibentuk menjadi berbagai jenis kerajinan. Pengembangan industry kerajinan ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena potensi bahan baku di Indonesia melimpah, dan pasar dalam negeri maupun export pun masih terbuka lebar (Subagya & Eskak, 2021).

Dengan kemajuan teknologi komunikasi dan komputer serta semakin terbukanya perdagangan global, terjadi perubahan signifikan dalam budaya kehidupan sehari-hari. Media elektronik kini menjadi sarana utama dalam aktivitas komunikasi dan bisnis. Walaupun masih banyak pihak yang belum sepenuhnya memahami cara penggunaannya, tuntutan dunia usaha membuat para pelaku bisnis harus memanfaatkan media elektronik sebagai salah satu strategi promosi. Baik individu pengusaha maupun perusahaan kini dapat menjual produknya dengan lebih mudah melalui platform website (Imaniawan & Nur, 2019). Dalam dunia bisnis saat ini, terutama di sektor perdagangan, terjadi pergeseran dari sistem pasar tradisional menuju model berbasis online. Para pelaku usaha mulai memanfaatkan ruang digital untuk kegiatan penjualan, baik melalui media sosial maupun dengan bergabung di platform pasar elektronik atau marketplace. Marketplace menawarkan peluang pasar yang luas, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memasarkan produk mereka. Melalui platform ini, para pelaku UMKM memperoleh berbagai kemudahan dan keuntungan karena marketplace berperan sebagai perantara yang mempertemukan penjual dengan pembeli. (Fatihah & Saidah, 2021).

Berkah Cumplung merupakan home industry yang menghasilkan kerajinan tangan kayu dan tempurung kelapa yang berada di Desa Purbalingga Wetan RT 01/RW 01, Kec. Purbalingga, Kab. Purbalingga. Berkah Cumplung dapat menghasilkan beberapa produk kerajinan tangan yang berbahan dasar kayu dan tempurung kelapa, seperti alat dapur, alat makan seta aksesoris. Namun, home industry Berkah Cumplung ini belum bisa melakukan penjualan secara export, proses pemasaran pada Berkah Cumplung hanya mencakup dalam negeri saja. Oleh sebab itu, dibutuhkan sebuah website khusus untuk memasarkan produk kerajinan tangan berbahan kayu dan tempurung kelapa guna memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat internasional. Dengan adanya platform ini, perusahaan atau pengrajin diharapkan dapat meningkatkan pendapatan melalui penjualan yang lebih optimal dibandingkan dengan metode penjualan tradisional (Imaniawan & Nur, 2019).

Pada langkah awal ini masih berfokus pada pengembangan website penjualan terlebih dahulu dan memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) yang dapat mengoptimalkan berbagai perihail dalam suatu pemasaran produk, dimana dengan AI ini kita dapat menganalisis maupun memprediksi kebutuhan konsumen, perilaku pasar dan memberikan alternatif penyelesaian masalah atau kebutuhan baik dari sisi konsumen ataupun produsen sehingga peluang peningkatan penjualan juga dapat terjadi (Firly, 2024). Hal terlihat pada penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan dengan hasil UMKM yang menggunakan AI dapat meningkatkan layanan terhadap pelanggan dengan merespon pertanyaan dengan lebih cepat sehingga kepuasan konsumen dan efisiensi kerja meningkat (Wibowo, 2024). Namun kesuksesan penerapan AI pada UMKM sangat ditentukan oleh sejauh mana pelaku usaha mampu mengintegrasikan teknologi tersebut secara efektif ke dalam kegiatan operasional mereka (Mardiana *et al.*, 2022), untuk itu sesuai dengan apa yang ada pada kegiatan ini tidak hanya berpaku pada terbentuknya website penjualan namun juga pada bagaimana pelaku usaha dapat memahami dan memanfaatkan teknologi AI ini sehingga terdapat perluasan jangkauan pasar dan peningkatan efisiensi dalam promosi produk Berkah Cumplung.

II. MASALAH

Dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif dan digitalisasi yang kian pesat, Berkah Cumplung sebagai pelaku UMKM di bidang kerajinan tangan kayu dan tempurung kelapa dihadapkan pada

tantangan besar dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing. Sebelumnya, proses penjualan masih bergantung pada metode konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut, pameran lokal, dan penjualan langsung, yang terbatas oleh ruang dan waktu. Kondisi ini menyebabkan potensi produk yang memiliki nilai estetika dan ramah lingkungan tinggi belum tergarap secara maksimal, khususnya di pasar nasional maupun internasional.

Di sisi lain, tren perilaku konsumen yang kini lebih memilih berbelanja secara online membuka peluang baru yang belum dimanfaatkan secara optimal (Singgih & Sari, 2023). Oleh karena itu, pemanfaatan website e-commerce menjadi kebutuhan strategis yang mendesak bagi Berkah Cumplung. Melalui platform digital tersebut, produk dapat dipasarkan secara luas, efisien, dan profesional dengan dukungan fitur seperti katalog online, sistem pemesanan otomatis, integrasi pembayaran digital, serta konektivitas dengan media sosial. Situasi ini menunjukkan adanya urgensi bagi UMKM seperti Berkah Cumplung untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi sebagai upaya menjawab tantangan pasar sekaligus memperluas potensi pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Pemanfaatan e-commerce bukan hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga alat transformasi dalam manajemen usaha dan pelayanan pelanggan (Yasmin *et al.*, 2025).

Mengacu pada butir analisis situasi, serta hasil wawancara bersama penanggung jawab dari berkah cumplung purbalingga, permasalahan prioritas mitra yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabel Permasalahan Mitra

Permasalahan	Uraian
Terbatasnya Jangkauan Pemasaran	Pemasaran produk masih mengandalkan metode tradisional seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar hanya sebatas lokal atau regional.
Belum Memiliki Platform Digital Mandiri	Mitra belum memiliki website e-commerce sebagai media promosi dan penjualan yang dapat diakses secara luas oleh calon konsumen dari berbagai daerah.
Kurangnya Pemahaman tentang Teknologi Digital	Pelaku usaha masih memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi informasi, khususnya dalam hal pengelolaan website, optimasi SEO, dan pemasaran digital. agar data tersimpan aman dan tidak hilang bahkan data yang ada benar adanya.
Keterbatasan dalam Menyajikan Informasi Produk Secara Profesional	Produk belum ditampilkan secara menarik dan informatif dalam media digital, seperti foto berkualitas, deskripsi produk yang detail, serta fitur pemesanan dan pembayaran online.
Tidak Tersedianya Sistem Manajemen Penjualan Terintegrasi	Belum ada sistem terintegrasi untuk pengelolaan stok, pesanan, data pelanggan, dan laporan penjualan secara otomatis, yang berdampak pada efisiensi operasional.
Teknologi Informasi dan Komunikasi	Adanya sistem yang dapat membantu sehingga data dan informasi akan mudah di dapat.
Persaingan Pasar yang Semakin Ketat	Produk kerajinan tangan dari bahan serupa telah banyak dipasarkan secara online oleh kompetitor, sehingga Berkah Cumplung perlu memiliki keunggulan dalam strategi digital agar tetap kompetitif.

Adapun profil mitra sebagai berikut :

Nama Mitra : Berkah Cumplung

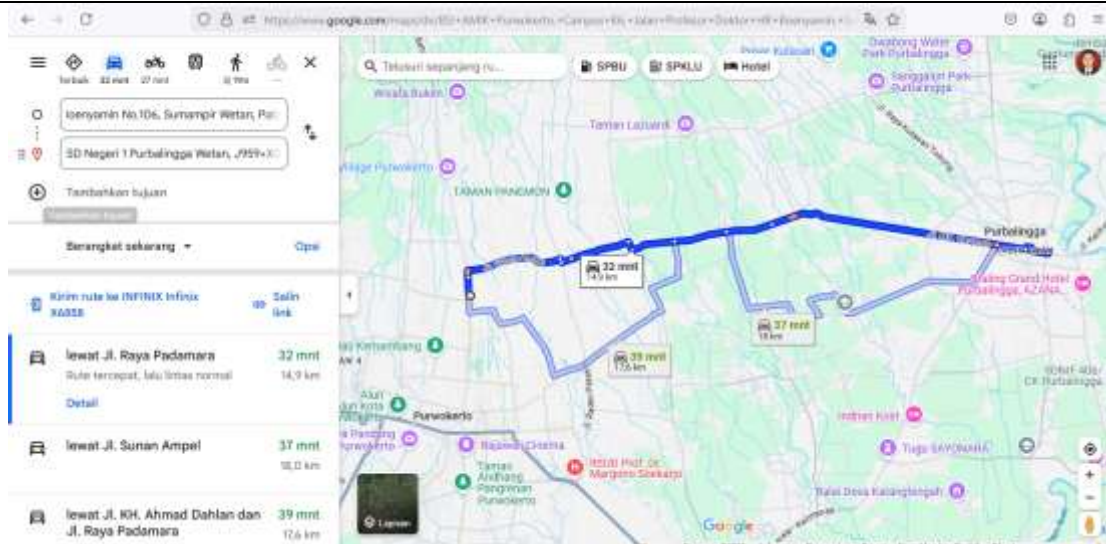
Alamat : Desa Purbalingga Wetan RT 01/RW 01, Kec. Purbalingga, Kab. Purbalingga

Kelurahan : Purbalingga

Kecamatan : Purbalingga

Kota/Kab : Purbalingga

Provinsi : Jawa Tengah



Gambar 1. Peta Lokasi Berkah Cumplung

III. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, dimulai dari tahap persiapan hingga tahap akhir pelaksanaan. Adapun tahapan-tahapan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat

1. Tahap Persiapan

Tim Pengabdian Masyarakat meninjau dan survey secara langsung kepada mitra untuk mengidentifikasi akar permasalahan dan diskusi untuk mencari solusi yang paling tepat. Langkah selanjutnya yaitu observasi dengan tujuan mengetahui kondisi atau keadaan sesungguhnya, mengidentifikasi masalah pada berkah cumplung purbalingga dan mencari solusi yang tepat untuk penanganan masalah pada mitra (Dewi & Gischa, 2023). Dan pada observasi di tahap ini yang dilakukan adalah mencari informasi untuk mengetahui kondisi atau keadaan sesungguhnya, mengidentifikasi masalah pada berkah cumplung Purbalingga dan mencari solusi yang tepat untuk penanganan masalah pada mitra.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan diawali persiapan dengan melaksanakan beberapa kegiatan diantaranya pembentukan tim program Pengabdian, audiensi ke pihak mitra, persiapan materi, menyiapkan tempat pertemuan, menyiapkan akomodasi dan konsumsi. Setelah tahap persiapan dilakukan, selanjutnya pelaksanaan kegiatan dengan runtutan kegiatan yang pertama melakukan sosialisasi tentang program pengabdian masyarakat kepada para staff dan penanggung jawab berkah cumplung purbalingga. melaksanakan kegiatan praktek bersama para staff dan penanggung jawab tentang monitoring pemasaran online. Melaksanakan pelatihan yang dalam hal ini memanfaatkan tools AI yang sudah tersedia juga menjadi bagian pada pelatihan ini, dengan menggunakan prompt AI yang lebih khusus untuk mendapat hasil yang lebih sesuai kebutuhan.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dilaksanakan bersamaan dengan berlangsungnya kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Berkah Cumplung. Pada setiap akhir kegiatan, peserta diberikan kuesioner yang berfungsi sebagai sarana untuk mengumpulkan masukan dan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian masyarakat, sehingga dapat menjadi dasar perbaikan untuk kegiatan berikutnya.

4. Tahap Penutup

Tahap penutup ini berisi hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan akhir dari kegiatan pengabdian Masyarakat seperti rekap kuesiner, pembuatan laporan, melakukan publikasi kegiatan baik dalam bentuk publikasi jurnal ataupun artikel di media masa cetak atau elektronik.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan tahapan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat yang sudah dijelaskan sebelumnya, uraian dari hasil kegiatan ini adalah

1. Tahap Persiapan dan Analisis Kebutuhan

Kegiatan diawali dengan melakukan observasi tim melakukan kunjungan langsung ke lokasi UMKM Berkah Cumplung di Purbalingga untuk memperoleh gambaran nyata tentang proses bisnis, sistem pemasaran yang digunakan, serta kendala yang dihadapi dalam memanfaatkan teknologi digital. Selanjutnya pada tahap ini adalah wawancara langsung kepada pemilik dan tim produksi UMKM Berkah Cumplung dengan melakukan dialog bersama pemilik dan tim produksi UMKM untuk menggali kebutuhan, harapan, dan kesiapan mereka terhadap penerapan teknologi e-commerce berbasis AI. Setelah mendapat data yang diperoleh dari observasi dan wawancara tim menganalisis data hasil observasi untuk menentukan fitur yang relevan bagi UMKM, seperti tampilan katalog produk, sistem transaksi, manajemen pelanggan, serta fitur AI untuk analisis perilaku konsumen dan rekomendasi promosi. Dilanjutkan dengan merancang sistem menggunakan hasil analisis, tim mulai merancang blueprint sistem e-commerce berbasis website yang akan diintegrasikan dengan modul AI guna membantu pengambilan keputusan promosi dan strategi penjualan. Dari keseluruhan tahap persiapan dan analisis kebutuhan ini menghasilkan dokumen kebutuhan sistem, rancangan awal website, serta jadwal pelaksanaan kegiatan.



Gambar 3. Kegiatan Observasi lapangan, koordinasi pengembangan sistem

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan inti kegiatan pengabdian dan penelitian. Fokus utamanya adalah pengembangan, penerapan, dan pelatihan penggunaan sistem e-commerce berbasis AI. Kegiatan yang dilakukan antara lain: pengembangan website e-Commerce, dimana tim mengembangkan website yang menampilkan produk UMKM Berkah Cumplung secara menarik dan mudah diakses. Sistem dilengkapi dengan fitur AI seperti: rekomendasi produk otomatis berdasarkan preferensi pelanggan, analisis data penjualan dan perilaku pelanggan untuk mendukung strategi promosi, dan chatbot cerdas untuk pelayanan pelanggan. Kegiatan selanjutnya adalah uji coba dan implementasi sistem yang dilakukan setelah sistem selesai dikembangkan, dilakukan uji coba internal dan perbaikan (debugging) untuk memastikan sistem berjalan dengan baik.



Gambar 4. Contoh Tampilan halaman utama website e-commerce Berkah Cumplung



Gambar 5. Salah Satu Contoh Tampilan halaman admin website e-commerce Berkah Cumplung

Selanjutnya, sistem diterapkan secara langsung pada domain resmi UMKM. Dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan mitra. Tim memberikan pelatihan kepada pemilik dan staf UMKM mengenai pengelolaan konten website, pemanfaatan hasil analisis AI untuk strategi promosi dan penentuan produk unggulan, Pemasaran digital dan keamanan transaksi online.



Gambar 6. Kegiatan Pelatihan dan pendampingan

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan melalui beberapa kegiatan, antara lain memantau kinerja sistem dengan menilai kestabilan serta fungsionalitas website e-commerce, termasuk efektivitas penerapan fitur AI dalam memberikan rekomendasi produk dan menganalisis data penjualan. Selain itu, dilakukan pengisian kuesioner oleh sejumlah mitra yang mengikuti pelatihan. Kuesioner tersebut memuat beberapa indikator penilaian, seperti persepsi terhadap layanan yang diberikan panitia, pandangan peserta mengenai hasil kegiatan, tingkat ketertarikan untuk mengikuti kegiatan serupa di masa mendatang, serta penilaian umum terhadap pelaksanaan kegiatan. Rekapitulasi hasil evaluasi kegiatan dapat dilihat sebagai berikut:

F2-1. Informasi kegiatan pada saat pelaksanaan	Freq	Percent	F2-2. Materi/materi pelatihan/kegiatan	Freq	Percent	F2-3. Sarana dan prasarana yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung	Freq	Percent
1. Sangat Tidak Puas	0	0%	1. Sangat Tidak Puas	0	0%	1. Sangat Tidak Puas	0	0%
2. Tidak Puas	0	0%	2. Tidak Puas	0	0%	2. Tidak Puas	0	0%
3. Cukup Puas	5	17%	3. Cukup Puas	10	33%	3. Cukup Puas	10	33%
4. Puas	20	67%	4. Puas	20	67%	4. Puas	15	50%
5. Sangat Puas	5	17%	5. Sangat Puas	0	0%	5. Sangat Puas	5	17%
Jumlah respon	30	100%	Jumlah respon	30	100%	Jumlah respon	30	100%
Skor rata-rata	4,00		Skor rata-rata	3,67		Skor rata-rata	3,83	
Grade (Keterangan)	B (Puas)		Grade (Keterangan)	B (Puas)		Grade (Keterangan)	B (Puas)	

F2-4. Menurut anda, bagaimana tema kegiatan ini	Freq	Percent	F2-5. Menurut anda, bagaimana Tutor/Narasumber menyampaikan materi	Freq	Percent	F2-6. Susunan acara berjalan dengan baik	Freq	Percent
1. Sangat Tidak Update	0	0%	1. Sangat Tidak Bagus	0	0%	1. Sangat Tidak Setuju	0	0%
2. Tidak Update	0	0%	2. Tidak Bagus	0	0%	2. Tidak Setuju	0	0%
3. Cukup Update	5	17%	3. Cukup Bagus	5	17%	3. Cukup Setuju	5	17%
4. Update	16	53%	4. Bagus	25	83%	4. Setuju	25	83%
5. Sangat Update	9	30%	5. Sangat Bagus	0	0%	5. Sangat Setuju	0	0%
Jumlah respon	30	100%	Jumlah respon	30	100%	Jumlah respon	30	100%
Skor rata-rata	4,13		Skor rata-rata	3,83		Skor rata-rata	3,83	
Grade (Keterangan)	B (Puas)		Grade (Keterangan)	B (Puas)		Grade (Keterangan)	B (Puas)	

Gambar 7. Hasil rekap kuesioner indikator persepsi mengenai layanan pelatihan yang diberikan

F3-1. Kegiatan ini memberikan manfaat bagi peserta	Freq	Percent	F3-2. kegiatan ini menambah wawasan peserta (mengenai tema yang disampaikan)	Freq	Percent	F3-3. Kegiatan ini menambah keterampilan peserta sesuai dengan tema yang disampaikan	Freq	Percent
1. Sangat Tidak Setuju	0	0%	1. Sangat Tidak Setuju	0	0%	1. Sangat Tidak Setuju	0	0%
2. Tidak Setuju	0	0%	2. Tidak Setuju	0	0%	2. Tidak Setuju	0	0%
3. Cukup Setuju	5	17%	3. Cukup Setuju	5	17%	3. Cukup Setuju	5	17%
4. Setuju	16	53%	4. Setuju	16	53%	4. Setuju	16	53%
5. Sangat Setuju	9	30%	5. Sangat Setuju	9	30%	5. Sangat Setuju	9	30%
Jumlah respon	30	100%	Jumlah respon	30	100%	Jumlah respon	30	100%
Skor rata-rata	4,13		Skor rata-rata	4,13		Skor rata-rata	4,13	
Grade (Keterangan)	B (Puas)		Grade (Keterangan)	B (Puas)		Grade (Keterangan)	B (Puas)	

F3-4. Kegiatan ini memperhatikan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3).	Freq	Percent	F3-5. Kegiatan ini memberikan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada peserta secara berkelanjutan	Freq	Percent	F3-6. Hasil kegiatan ini dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh peserta	Freq	Percent
1. Sangat Tidak Setuju	0	0%	1. Sangat Tidak Setuju	0	0%	1. Sangat Tidak Setuju	0	0%
2. Tidak Setuju	5	17%	2. Tidak Setuju	0	0%	2. Tidak Setuju	0	0%
3. Cukup Setuju	0	0%	3. Cukup Setuju	5	17%	3. Cukup Setuju	5	17%
4. Setuju	23	77%	4. Setuju	25	83%	4. Setuju	25	83%
5. Sangat Setuju	2	7%	5. Sangat Setuju	0	0%	5. Sangat Setuju	0	0%
Jumlah respon	30	100%	Jumlah respon	30	100%	Jumlah respon	30	100%
Skor rata-rata	3,73		Skor rata-rata	3,83		Skor rata-rata	3,83	
Grade (Keterangan)	B (Puas)		Grade (Keterangan)	B (Puas)		Grade (Keterangan)	B (Puas)	

Gambar 8. persepsi peserta mengenai hasil kegiatan

F4. Jika kegiatan ini diadakan kembali, seberapa besar minat anda untuk berpartisipasi kembali?	Freq	Percent	F5. Bagaimana persepsi anda terhadap kegiatan ini secara keseluruhan?	Freq	Percent
1. Sangat Tidak Berminat	0	0%	1. Sangat Tidak Puas	0	0%
2. Tidak Berminat	0	0%	2. Tidak Puas	0	0%
3. Cukup Berminat	5	17%	3. Cukup Puas	5	17%
4. Berminat	5	17%	4. Puas	19	63%
5. Sangat Berminat	20	67%	5. Sangat Puas	6	20%
Jumlah respon	30	100%	Jumlah respon	30	100%
Skor rata-rata	4,50		Skor rata-rata	4,03	
Grade (Keterangan)	A (Sangat Berminat)		Grade (Keterangan)	B (Puas)	

Gambar 9. Persepsi peserta jika kegiatan ini diadakan kembali, seberapa besar minat peserta untuk berpartisipasi dan persepsi peserta terhadap kegiatan secara keseluruhan

Hasil evaluasi menunjukkan efektivitas penerapan teknologi AI dalam membantu UMKM memahami perilaku konsumen dan meningkatkan penjualan produk.

4. Tahap Penutup

Tahap akhir ini dilakukan diseminasi hasil kegiatan dan penyusunan laporan akhir, yang dijabarkan pada beberapa kegiatan yaitu penyusunan laporan akhir kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat. Publikasi hasil kegiatan dalam bentuk berita online dengan link <https://www.panturaterkini.com/berita/matangkan-strategi-tim-pengabdian-masyarakat-ubsi-gelar-fgd-untuk-proyek-transformasi-digital-umkm/> dan

<https://news.bsi.ac.id/pengabdian-masyarakat/dosen-dan-mahasiswa-ubsi-kampus-purwokerto-implementasikan-ai-untuk-dongkrak-umkm-kerajinan-kayu/>, penyerahan dokumentasi sistem, panduan penggunaan, dan hak akses pengelolaan website kepada mitra UMKM Berkah Cumplung agar dapat beroperasi secara mandiri dan berkelanjutan.

V. KESIMPULAN

Melalui keempat tahapan tersebut, kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat ini berhasil, dilihat dengan terdorongnya transformasi digital UMKM Berkah Cumplung menuju sistem pemasaran modern berbasis e-commerce, penerapan teknologi *Artificial Intelligence* untuk meningkatkan efektivitas promosi dan analisis perilaku konsumen, meningkatnya daya saing dan kemandirian digital pelaku UMKM di era ekonomi berbasis teknologi. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh beberapa peserta, dapat disimpulkan bahwa secara umum respon peserta menunjukkan kepuasan terhadap pelaksanaan kegiatan. Persepsi terhadap layanan yang diberikan oleh tim dinilai puas, hasil kegiatan juga mendapatkan penilaian puas, tingkat minat untuk berpartisipasi kembali dalam kegiatan serupa tergolong sangat berminat, serta persepsi peserta terhadap keseluruhan kegiatan juga berada pada kategori puas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Yayasan Bina Sarana Informatika yang telah memberikan kesempatan kepada para dosen untuk berpartisipasi dalam program hibah penelitian dan pengabdian masyarakat serta memberikan dukungan pendanaan, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik dan sesuai rencana. Penghargaan juga diberikan kepada UMKM Berkah Cumplung atas kerja sama dan kemitraan yang positif dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R. K., & Gischa, S. (2023). *Observasi: Pengertian, Proses, Tujuan dan Manfaatnya*. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/08/04/210000369/observasi--pengertian-proses-tujuan-dan-manfaatnya>
- Fatihah, D. C., & Saidah, I. S. (2021). Model Promosi Marketplace Berbasis Artificial Intelligence (AI) di Indonesia. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3), 806–817. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35908>
- Firly, W. (2024). Transformasi Pemasaran Menggunakan Kecerdasan Buatan (AI) Untuk Mendorong Kemajuan UMKM Di Aceh Bireuen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 181–192. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v3i2.1551>
- Imaniawan, F. F. D., & Nur, H. M. (2019). Perancangan Dan Pembuatan Website Penjualan Biji Kopi Pada Society Coffee House Purwokerto. *EVOLUSI - Jurnal Sains Dan Manajemen*, 7(1), 61–67. <https://doi.org/10.31294/evolusi.v7i1.5030>
- Mardiana, N., Azwar, A. G., Nurhayati, L., Nurwathi, N., Wijaya, W., Munandar, A., Nasrudin, I., Kusumastuti, D., & Nurbani, S. N. (2022). Digitalisasi Pemasaran Hasil Produksi Umkm Desa. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v3i1.1150>
- Muhardono, A., Mahmudah, D. A., Tsamara, T., & Baqo, M. (2023). Penerapan Digitalisasi UMKM melalui E-Commerce dan Portal Informasi sebagai Strategi Pemasaran Produk ATBM Desa Cepagan. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 192–204. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i1.3645>
- Singgih, R. P., & Sari, M. P. (2023). Pemanfaatan *Artificial Intelligence* Dalam Pengembangan E-Commerce. *Prosiding Seminar STIAMI*, 35–46. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/PS/article/view/3447>
- Subagya, & Eskak, E. (2021). Kerajinan Tempurung Kelapa: Potensinya Sebagai Industri Kreatif Unggulan Berbahan Baku Lokal Untuk Pasar Global. *Kementrian Perindustrian Republik Indonesia*, 11(1), 1–13.
- Wibowo, A. (2024). Kecerdasan Buatan (AI) pada E-Commerce. In M. K. Dr. Joseph Teguh Santoso, S.Kom. (Ed.), *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*. Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM). https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=kecerdasan+buatan+%28AI%29+pada+e-commerce+&btnG=#d=gs_qabs&t=1739901819462&u=%23p%3D_yPLDyBKJkJ
- Yasmin, Z., Saskirana, A., & Hidayat, F. R. (2025). Pengalaman Pengguna E-Commerce Berdasarkan Pemanfaatan AI: Systematic Literature Review. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(1), 939–948.