



## Sosialisasi Pemanfaatan *E-Commerce* Bersama Karang Taruna Pada Usaha Ibus, Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Sidingkat, Kabupaten Padang Lawas Utara

Nur Hidayah<sup>1</sup>, Ahmad Fauzan<sup>2</sup>, Mhd Irfan Ash<sup>3</sup> Muhammad Tabroni<sup>4</sup>,  
Nurul Aini<sup>5</sup>, Nur Haya<sup>6</sup>, Nur Jannah<sup>7</sup>, Nur Melinda<sup>8</sup>, Sopiah<sup>9</sup>

Ekonomi Syariah<sup>1</sup>, Tadris Bahasa Inggris<sup>2</sup>, Ekonomi Syariah<sup>3</sup>, Komisi Penyiaran Islam<sup>4</sup>,  
Manajemen Pendidikan Islam<sup>5</sup>, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah<sup>6</sup>, Manajemen  
Pendidikan Islam<sup>7</sup>, Pendidikan Agama Islam<sup>8</sup>, Tadris Bahasa Inggris Fakultas<sup>9</sup>  
<sup>1-9</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Email : [dayeneste07@gmail.com](mailto:dayeneste07@gmail.com)<sup>1</sup>, [ashariirfan98@gmail.com](mailto:ashariirfan98@gmail.com)<sup>3</sup>, [nasutionroni721@gmail.com](mailto:nasutionroni721@gmail.com)<sup>4</sup>,  
[aininurul1701@gmail.com](mailto:aininurul1701@gmail.com)<sup>5</sup>, [nurhayaprw256@gmail.com](mailto:nurhayaprw256@gmail.com)<sup>6</sup>, [nur851863@gmail.com](mailto:nur851863@gmail.com)<sup>7</sup>,  
[nurmelindanst@gmail.com](mailto:nurmelindanst@gmail.com)<sup>8</sup>,

**Abstract** Indonesia faces challenges and opportunities in the digital era, where industry becomes a threat if human resources do not have sufficient skills to support this change. The digital industry offers great benefits if people have sufficient skills to engage in it. Many entrepreneurs have emerged in the digital era, generating income through online businesses or e-commerce. The use of this industry can provide optimal benefits, especially because the needs of modern humans are fast-paced and practical. Even though many people use gadgets with an internet connection, being just a spectator without actively participating in the digital era can cause losses. Sidingkat Village, which is rich in natural resource potential, especially ibus plants, has not utilized the internet optimally for development and marketing. Karang Taruna youth in this village have free time that has not been used productively. The aim of this Real Work Lecture (KKN) is to develop marketing of ibus plants and provide an understanding of online marketing media to Karang Taruna youth. The method used is the Participation Action Research (PAR) approach, which aims to increase public awareness of the potential and problems they have, as well as providing solutions through change programs. Through this approach, it is hoped that young people can be more productive and use their free time more effectively in the digital era

**Keywords :** Community Youth Development , E-commerce, PAR

**Abstrak** Indonesia menghadapi tantangan dan peluang dalam era digital, di mana industri menjadi ancaman jika sumber daya manusia tidak memiliki keterampilan yang cukup untuk mendukung perubahan ini. Industri digital menawarkan manfaat besar jika masyarakatnya memiliki keterampilan yang memadai untuk terlibat di dalamnya. Banyak pengusaha muncul di era digital, menghasilkan pendapatan melalui bisnis online atau e-commerce. Penggunaan industri ini dapat memberikan manfaat optimal, terutama karena kebutuhan manusia modern yang serba cepat dan praktis. Meskipun banyak yang menggunakan gadget dengan koneksi internet, menjadi hanya penonton tanpa berpartisipasi aktif dalam era digital dapat menyebabkan kerugian. Desa Sidingkat, yang kaya akan potensi sumber daya alam, khususnya tanaman ibus, belum memanfaatkan internet secara optimal untuk pengembangan dan pemasaran. Pemuda Karang Taruna di desa ini memiliki waktu luang yang belum dimanfaatkan secara produktif. Tujuan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah mengembangkan pemasaran tanaman ibus dan memberikan pemahaman mengenai media pemasaran online kepada pemuda Karang Taruna. Metode yang digunakan adalah Pendekatan Participation Action Research (PAR), yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi dan permasalahan yang mereka miliki, serta menyediakan solusi melalui program perubahan. Melalui pendekatan ini, diharapkan pemuda dapat lebih produktif dan memanfaatkan waktu luang mereka dengan cara yang lebih efektif dalam era digital

**Kata kunci :** Karang Taruna, E-commerce, PAR

### PENDAHULUAN

Pemuda adalah generasi yang diharapkan akan menjadi penerus bagi para generasi sebelumnya atau generasi tua. Kata pemuda pada umumnya dipakai sebagai konsep untuk memberikan generalisasi kepada golongan masyarakat yang berada didalam kelompok umur tertentu, yang membedakannya dari kelompokkelompok umur yang lain seperti anak-anak atau

Received Desember 17, 2023; Accepted Januari 19, 2024; Published April 30, 2024

\*Nur Hidayah, [dayeneste07@gmail.com](mailto:dayeneste07@gmail.com)

golongan tua. Dapat dikatakan bahwa pemuda merupakan harapan masyarakat untuk meneruskan kehidupan suatu bangsa atau daerah, termasuk Desa. Salah satu cara pemuda untuk berpartisipasi dalam kegiatan Desa adalah melalui organisasi pemuda. Karang Taruna merupakan sebuah organisasi kepemudaan atau kepemudaan Indonesia yang tersebar di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Jadi dapat dikatakan Karang Taruna merupakan organisasi modern dan bukan organisasi tradisional yang mengangkat pengurus dari keluarga, keturunan dan kerabat.

Karang Taruna merupakan organisasi berbasis Desa yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada generasi muda khususnya pemuda Desa untuk berpartisipasi dalam kegiatan di Desanya. Keadaan Karang Taruna di Desa Sidingkat dapat dikatakan kurang partisipasi / aktif, karena hanya sedikit generasi muda yang mengikuti kegiatan Karang Taruna. Padahal menurut informasi di Desa Sidingkat banyak terdapat generasi muda usia produktif.

Alasan masyarakat Desa Sidingkat tidak bisa aktif adalah karena banyak generasi muda yang pindah dan banyak yang tidak tertarik dengan apa yang dilakukan karang taruna, Karena belum ada aktivitas di Karang Taruna yang dapat menciptakan nilai finansial bagi kehidupan mereka. Desa Sidingkat ini salah satu Desa yang kaya akan potensi sumber daya alamnya. Salah satu sumber daya alam yang Desa ini miliki adalah potensi ekonomi penyebaran pohon palem atau disebut ibus di Desa ini. Penyebaran ibus ini terbilang cukup luas namun susah diperkirakan karena pertumbuhan pohon ini terpencair dan belum ada perhatian dari BPS Padang Lawas Utara untuk menghitungnya. Ibus sangat membantu bagi masyarakat Sidingkat sebagai pekerjaan sampingan.

Pohon ibus jika dikelola memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, yang dapat meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat Desa Sidingkat. Namun masyarakat belum mengelola pohon ibus ini secara maksimal. Ibus yang di di dapatkan masyarakat nanti akan dikeringkan dan dijual langsung per ikatnya dihargai sebesar Rp. 2.000. kerja keras yang dilakukan tidak sesuai dengan hasil yang di dapatkan. Namun mau tidak mau masyarakat tetap menjual dengan harga rendah tersebut dikarenakan pasarnya sedikit peminat. Selain itu para pemuda karang taruna dari Desa ini kebanyakan merantau apabila telah lulus jenjang SMA. Sebagian dari mereka yang masih tinggal di Desa menjadi pengangguran.

Oleh karena itu, sebuah inovasi harus dihadirkan untuk menyelenggarakan pelatihan keterampilan, sehingga jika mereka dapat melakukan kegiatan yang membawa nilai ekonomi dari karang taruna, maka karang taruna akan semakin aktif. Salah satu solusi yang tepat bagi generasi muda era ini adalah dengan menciptakan pelatihan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda masa kini yang menggunakan metode cepat, atau tidak ingin terlalu

rumit atau dinamis. Pekerjaan yang cocok untuk generasi muda saat ini adalah bekerja dengan memanfaatkan e-commerce. E-commerce adalah salah satu situs online yang paling diminati masyarakat sekarang ini. E-commerce merupakan tempat bertransaksi ataupun belanja online. Berbelanja online adalah membeli atau menjual barang maupun jasa melalui internet.

Ada banyak situs e-commerce yang ada di Indonesia seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia, yang menjadi sebuah pilihan masyarakat untuk berbelanja. Penjual tidak perlu lagi membangun sebuah toko secara offline untuk menjual produknya, sedangkan si pembeli tidak perlu lagi mengantri dan menghemat waktu serta biaya transportasi untuk membeli barang yang diinginkan itu. Hal ini yang membuat masyarakat memakasi jasa e-commerce menjadi sebuah pilihan. Adanya E-commerce saat ini sangat memudahkan dan menguntungkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. E-commerce juga memiliki dampak besar dalam dunia bisnis.

Jika masyarakat dapat menggunakan e-commerce sebagai tempat membeli, maka situs online ini juga bisa dijadikan tempat menjual. Maka jika masyarakat bisa memanfaatkan e-commerce secara tidak langsung akan menambah pendapatan mereka. E-commerce sebagai salah satu alternatif perekonomian yang seharusnya bisa digunakan sebagai media pemasaran produk. Penggunaan e-commerce sebagai salah satu solusi untuk membantu dalam hal membantu promosi produk masyarakat khususnya untuk Karang Taruna Desa. Penggunaan e-commerce tersebut akan sangat bermanfaat serta membantu memajukan masyarakat dan menambah lapangan kerja nantinya. Satu solusi yang cocok untuk pemuda pada era ini dengan membuat sebuah pelatihan tentang keterampilan yang sesuai dengan keinginan pemuda pada saat ini yang cenderung dengan cara-cara yang instan yaitu tidak mau terlalu ribet atau lebih Dinamis

Konsep pengabdian masyarakat dengan mengenalkan media sosial (Instagram) dan e-commerce sebagai solusi peningkatan penjualan sudah banyak dijumpai diberbagai pengabdian oleh PTKIN. Contoh pengabdian yang mengenalkan media sosial adalah pengabdian yang dilakukan oleh Nanik Susanti, Yudie Irawan, dan Wiwit Agus Triyanto tahun 2019 yang meningkatkan ketrampilan serta kemampuan pemanfaatan sosial media sebagai fasilitas pemasaran dengan didukung oleh ketrampilan menghasilkan gambar produk yang menarik. Selain itu pengabdian yang dilakukan oleh Juhari, Rossi Maunofa Widayat, dan Mujiyana Tahun 2020, dapat membantu produsen memasarkan produk mereka melalui sosial media yang dapat diakses secara online.

Contoh pengabdian mengenai e-commerce diantaranya yang dilakukan oleh Sulisty Seti Utami dan Nur Aini tahun 2019, hasil penelitiannya yaitu memberikan pemahaman kepada

mitra tentang pemasaran melalui e-commerce, mitra mampu membuat toko online Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2022: 22-34 25 dan promosi melalui media sosial secara mandiri dan produk yang dipasarkan di beberapa marketplace atau e-commerce mempunyai nilai informative, persuasive (meyakinkan), serta intention (mempunyai energi tarik) yang besar untuk konsumen. Selain itu pengabdian yang dilakukan oleh I Putu Dody Lesmana, Beni Widiawan, dan Didit Rahmat Hartadi (2018, p. 24), hasil penelitiannya yaitu pembuatan web e-commerce untuk pemasaran dengan online melalui internet telah meningkatkan jumlah pendapatan dari penjualan produk secara online. Kemudian pengabdian yang dilakukan oleh Dine Agustine, Vina Septiana Windyasari, dan Febri Rismaningsih tahun 2021, hasil penelitiannya yaitu pelatihan ini dapat memotivasi masyarakat Desa Rancagong untuk membuka usaha melalui pemasaran online dengan produk unggulan warga serta produk-produk yang lain, sehingga aktivitas ini bisa ditindaklanjuti dengan menginisiasi kelompok usaha bersama.

Dengan demikian pengabdian dapat menyimpulkan terkait dengan persamaan dan perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dan penelitian yang dilakukan saat ini. Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang pengenalan media pemasaran secara online pada masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini dilakukan pada hasil alam berupa tanaman ibus di Desa Sidingkat. Selain itu dalam penelitian ini juga dilakukan pengenalan media pemasaran bersama pemuda karang taruna desa Sidingkat

## **MATERIAL DAN METODE**

Pengenalan metode ini menggunakan pendekatan Participation Action Research (PAR), dimana metode PAR merupakan penelitian yang menghubungkan suatu proses penelitian yang dilaksanakan dengan suatu konsep perubahan sosial. Secara sederhana PAR yaitu “penelitian dilakukan oleh, dilakukan dengan dan dilakukan untuk orang” bukan “penelitian terhadap orang” (Rahmat & Mirnawati, 2020). Pada penelitian ini mengutamakan kesadaran terhadap masyarakat akan potensi dan problem yang dimiliki mereka, sehingga potensi tersebut dapat digali dan problem tersebut dapat diselesaikan dengan adanya solusi, melalui program perubahan. Pada penelitian ini kami menggunakan potensi sumber daya alam dari Desa Sidingkat, yaitu tanaman ibus, yang berpotensi menambah pendapatan bagi masyarakat. Adapun problem masyarakat yang kami angkat dalam penelitian ini adalah melibatkan komunitas, komunitas yang dimaksud disini adalah karang taruna Desa Sidingkat.

Melalui Proses forum FGD (Focus Group Discussion) yang telah dilakukan bersama dengan para pemuda Desa Sidingkat dalam hal ini karang taruna mengungkapkan berbagai

permasalahan yang mereka rasakan di Desa Sidingkat Dan dari berbagai bidang yang ditawarkan dalam musyawarah tersebut, ternyata mereka lebih condong mengungkapkan seputar tentang pekerjaan. Jika diamati masalah yang dihadapi oleh pemuda Desa Sidingkat dikarenakan kurang adanya atau tidak adanya sebuah pelatihan yang cocok dengan pekerjaan anak jaman sekarang yang tidak mau terlalu ribet tapi juga bisa sambil bercanda. Maka yang lebih kita titik fokuskan yaitu bagaimana bisa menghadirkan sebuah solusi yang tepat dalam mengatasi permasalahan ini.

Jika tidak ada sebuah pekerjaan yang mereka bisa lakukan di Desa mereka sendiri maka otomatis para pemuda tersebut akan memilih untuk bekerja diluar kota tau daerah. Jika banyak pemuda yang bekerja diluar kota atau daerah maka akan sangat sedikit pemuda yang bisa ikut berpartisipasi diDesa Sidingkat ini. Hal ini bisa dilihat dari kegiatan karang taruna dimana ditemukan sedikit sekali pemuda yang mengikutinya dikarenakan tidak ada pemuda yang dirumah. Padahal dari pemerintah Desa sendiri sangat mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan oleh para pemuda karang taruna.

Tanaman ibus adalah salah satu tanaman yang banyak tersebar di Desa Sidingkat, yang mempunyai potensi dapat dikembangkan dan berkembang lebih pesat dalam pemasarannya, sehingga dapat menjadi salah satu indikator kemajuan dalam masyarakat. Namun tanaman ini belum bisa dikelola, salah satunya dari segi pemasarannya. Padahal banyak pemuda pemudi karang taruna yang mahir menggunakan gadget yang mempunyai waktu luang, yang diharapkan mampu mengelola pemasaran ibus, namun pada kenyataannya gadget yang mereka gunakan belum di manfaatkan secara optimal, dimana para pemuda karang taruna banyak yang pengangguran, terkadang mereka merantau ke luar kota untuk mencari kerja setelah tamat SMA ( Sekolah Menengah Atas ).

Berdasarkan potensi dan problem Desa yang kami analisis, kami memutuskan untuk mengadakan sosialisasi pengenalan e-commerce serta pembuatan akun e-commerce berupa akun shopee dan instagram kepada para pemuda karang taruna Desa Sidingkat. Yang nantinya akan menjadi solusi dari permasalahan baik dari segi potensi dan problem Desa. Dalam metode ini kami memiliki 3 aksi yaitu :

1. Research/penelitian

Langkah ini dilalui untuk menelusuri terkait masalah apa yang sedang dihadapi masyarakat, kemudian dilakukan analisis terhadap masalah tersebut hingga diketahui sebab dan akibatnya.

2. Action/aksi

Langkah ini lebih cenderung memahami masalah secara mendalam dan mendetail, kemudian dicari solusi alternatif untuk menyelesaikan masalah yang diterjemahkan dalam bentuk program kerja.

### 3. Participation/partisipasi

Partisipasi merupakan langkah yang melibatkan seluruh komponen masyarakat untuk membulatkan tekad dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi secara bersama- sama.

Penyuluhan dalam pengabdian ini bertujuan mengenalkan tentang pentingnya e-commerce dalam meraih keunggulan bersaing dalam sebuah pemasaran pada produk tanaman ibus dalam rangka meningkatkan penjualannya. Aplikasi Shopee ditawarkan oleh tim penulis dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan ibus serta menjadi solusi bagi para karang taruna yang tidak bekerja di Desa ini. Serta dianggap mudah untuk digunakan di semua kalangan . Waktu dan Tempat Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada Bulan Agustus 2023 di Desa Sidingkat, Kecamatan Padang Bolak, Kabupaten Padang Lawas Utara.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Desa Sidingkat memiliki potensi untuk meningkatkan perekonomiannya. Yang mana di Desa Sidingkat terdapat banyak pemuda usia produktif yang nantinya para pemuda itu bisa diberikan sebuah pelatihan yang tepat sesuai tuntutan jaman sekarang sehingga bisa bermanfaat bagi masyarakat luas pada umumnya. Sumber daya alam yang disediakan Desa Sidingkat sangat banyak untuk dikelola, salah satunya adalah tanaman ibus. Potensi yang dimiliki Desa Sidingkat ini jika di kelola dengan baik, maka akan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Potensi ialah suatu energi, kekuatan, kesanggupan serta keahlian yang dipunyai oleh sesuatu Desa yang memiliki kemungkinan agar bisa dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Parnomo, 2018,). Jadi potensi ini sesuatu yang dapat dikembangkan nantinya melalui program kerja dari mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN). Adapun pembahasan secara lengkap mengenai kegiatan pengabdian masyarakat ini , diuraikan sebagai berikut:

### 1. Musyawarah dan Analisis Potensi & Problem Desa Sidingkat

Langkah awal yang kami lakukan adalah dengan mendekati karang taruna Desa Sidingkat dengan tujuan agar kami bisa mengajarkan kepada mereka cara memanfaatkan *e-commerce*. Pada awalnya kami melakukan pendekatan dengan mereka seperti mengaji bersama, ikut musyawarah Desa, hingga ikut menjadi panitia bersama karang taruna dalam acara 17 agustus. Setelah kami akrab dengan karang taruna Desa Sidingkat kami mulai meneliti masalah yang ada dalam karang taruna dan menawarkan solusinya melalui metode FGD.

Setelah musyawarah demi musyawarah dilakukan maka tercapailah mufakat antara kami. Hasil dari mufakat kami adalah melakukan pembuatan akun *e-commerce* sebagai solusi dari permasalahan pemuda yang suka merantau sehingga bisa bekerja sendiri dirumah dan turut serta dalam membangun Desa mereka sendiri.

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi pembuatan akun *e-commerce* berupa shopee dan instagram dilakukan pada pukul 20.00 wib, tempat pelaksanaanya di salah satu rumah karang taruna Desa Sidingkat. Kurang lebih 10 orang karang taruna hadir dalam forum ini, setelah itu kami pun membuka percakapan dengan melakukan penjelasan berupa materi tentang media pemasaran online. Kegiatan ini kami bagi menjadi 2 bagian, yang pertama pada hari pertama dengan mengenalkan media pemasaran online di mulai pada hari selasa, 08 agustus 2023 sedangkan ikut serta dalam proses pembuatan akun *e-commerce* dilakukan pada hari rabu, 09 agustus 2023 pukul 09.00-12.00.

Pembukaan acara pada hari pertama ini dilakukan kira-kira 15 menit yang berisi pengarahan dan motivasi dari Panitia Pengabdikan kepada pemuda pemudi karang taruna. Setelah pengarahan tersebut selesai maka kami memperkenalkan media pemasaran online ke para pemuda pemudi karang taruna Desa Sidingkat, setelah selesai kami melakukan sesi dokumentasi.



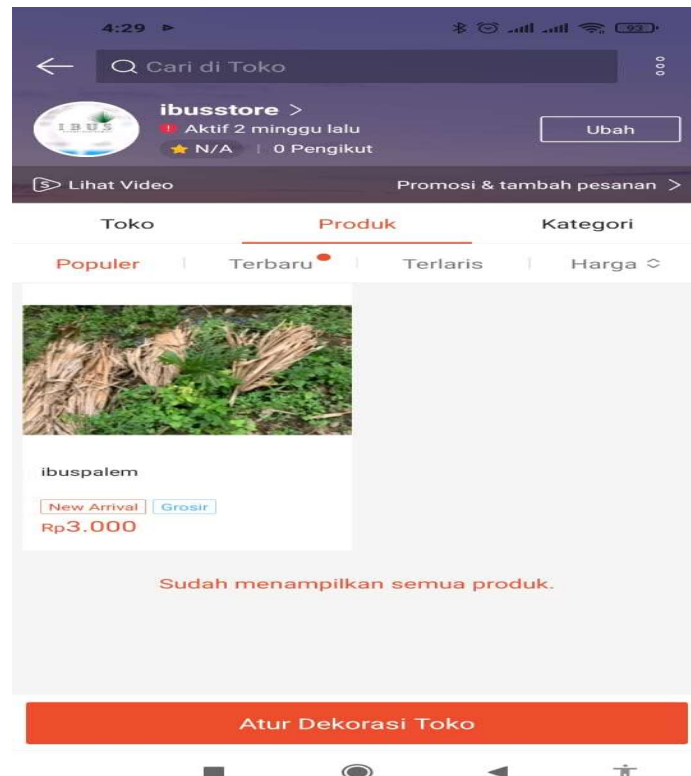
*Gambar.1 : Musyawarah dengan karang taruna*

Pada tanggal 09 agustus 2023 kami kembali lagi berkumpul di posko tempat tinggal kami bersama karang taruna dan akan melanjutkan sesi pembuatan akun *e-commerce* ( shopee dan instagram ).

### **Proses Pembuatan Toko Online (Shoope)**

1. Langkah pertama yang bisa kamu lakukan adalah menginstal terlebih dahulu aplikasi shoope melalui app store atau play store di smartphone kalian
2. Lalu, klik icon **Saya** dan klik **Daftar**

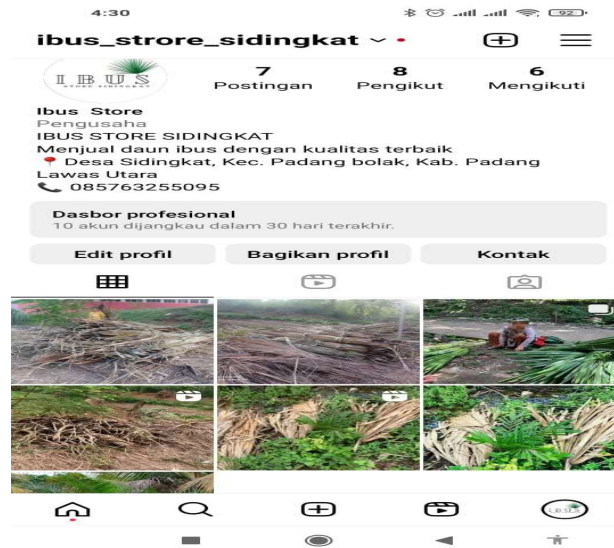
3. Setelah itu memasukkan nomer hp aktif (yang sebelumnya tidak terdaftar pada aplikasi shoope lainnya) untuk mendapatkan kode verifikasi, setelah itu klik **Daftar**
4. Untuk mendapatkan kode verifikasi bisa cek sms, lalu masukkan kode verifikasi tersebut di kolom yang tersedia. Tap **Lanjut**
5. Selanjutnya, kalian bisa atur username (nama toko/brand) dan juga password. Konfirmasi password kembali dibawahnya lalu tap **Lanjut** dan untuk pembuatan **Akun toko shoope Selesai**
6. Proses Selanjutnya yaitu **Melengkapi Profil Toko**



Gambar III.2 : Gambar pembuatan akun E-Commerce

Disini kami mendaftarkan akun shopee dan mempromosikan salah satu produk berupa ibus ( <https://shp.ee/ua9gqyn> ). Selain akun shopee kami juga membuatkan akun instagram juga ( [https://instagram.com/ibus\\_strore\\_Sidingkat?utm\\_source=qr&igshid=MzNINGNkZWQ4Mg%3D%3D](https://instagram.com/ibus_strore_Sidingkat?utm_source=qr&igshid=MzNINGNkZWQ4Mg%3D%3D) )





*Gambar III.3 : Pembuatan akun instagram*

## **KESIMPULAN**

Dari hasil pengabdian masyarakat di Desa Sidingkat ini dapat disimpulkan bahwa sistem penjualan tanaman ibus disini masih sangat sederhana dan belum tersentuh teknologi. Kendala yang di temukan dalam kegiatan ini adalah minimnya pengetahuan gadget bagi sebagian karang taruna, selain itu pada umumnya masyarakat menganggap internet itu tidak penting kaitannya dengan penjualan, ini dikarenakan masyarakat kurang memahami cara penggunaannya, dan sudah terbiasa melakukan penjualan dari mulut ke mulut yang mereka lakukan lebih menguntungkan. Padahal internet sangatlah menguntungkan jika kita mampu menggunakannya secara maksimal. Sehingga penyuluhan seperti ini penting dilaksanakan yang nantinya akan berdampak pada perekonomian masyarakat, untuk mengurangi angka pengangguran di Desa Sidingkat.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu melancarkan kegiatan KKN ini :

1. Dosen pembimbing KKN yaitu, Lia Agustina Damanik, M. HuM selaku dosen pembimbing
2. Bapak kepala Desa Sidingkat yang telah memberikan arahan selama KKN di desa Sidingkat

3. Ketua NNB Gunung Sidingkat beserta anggotanya yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan program KKN.
4. Masyarakat dan anak-anak Desa Sidingkat yang telah berpartisipasi selama KKN berlangsung dan bekerja sama dalam proses kegiatan KKN.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- <http://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html>, 2020
- IPrice, “Peta E-Commerce Indonesia”, <http://iprice.co.id/insights/mafocecommerce>
- Irmawati, D, “Pemanfaatan E-commerce Dalam Dunia Bisnis,” Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis VI, 2011
- K.C Laudon and J.P. Laudon, “Essential Of Management Information System Ford Autoxchange B2b Marketplace”, Person Educ. pp. 1-5, 2007
- Maryama, S, “ Penerapan E-commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha, Jurnal Liquidity 2, 2013
- Moonti, Usman, Bahan Ajar Dasar-Dasar Pemasaran, Interpena Yogyakarta, 2015
- Permana, Alvin, Et Al, “Analisis Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid 19”, Jurnal Teknoinfo Vol.15, No.1, 2021
- Philip Kotler, Gary Amstrong, Principles Of Marketing, Scond European Edition Perentice Hall, 2010
- S.D., and Arnett, D.B., Market Segmentation Strategi, Competitive Advantage And Public Policy: Grounding Segmentation Strategi In Resourceadvantage Theory, Australasian Marketing Journal, 2014
- William J.Stanton, Fundamentals Of Marketing, Edition 9, Mcgrau-Hill, 1991