

## PELATIHAN PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL SEBAGAI PENERAPAN E-COMMERCE PADA KEGIATAN UMKM

Faradillah<sup>1)\*</sup>, Lastri Widya Astuti<sup>2)</sup>, Leriza Desitama Anggraini<sup>3)</sup>,  
Muhammad Fadhiel Alie<sup>4)</sup>

<sup>1,4)</sup>Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri

<sup>2)</sup> Program Studi Teknik Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri

<sup>3)</sup> Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jendral Sudirman No. 629 Palembang

Email : faradillah.hakim@uigm.ac.id<sup>1)</sup>, lastriwidya@uigm.ac.id<sup>2)</sup>, leriza@uigm.ac.id<sup>3)</sup>

fadhiel@uigm.ac.id<sup>4)</sup>

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM yaitu Pelaku Usaha Clothing Line dalam penggunaan platform digital sebagai penerapan e-Commerce yang dapat menunjang kegiatan promosi, pemasaran dan penjualan pada era digital 4.0. Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu: persiapan, pelaksanaan, penutup dan penyusunan laporan akhir kegiatan. Pelatihan dilakukan dalam dua bentuk metode yaitu penyampaian materi dan bimbingan teknis penggunaan platform digital yaitu website e-Commerce (dummy marketplace) terkait digital content pada website tersebut. Berdasarkan seluruh tahapan yang dilakukan diperoleh bahwa melalui kegiatan ini menghasilkan peningkatan wawasan, pemahaman dan keterampilan peserta terkait e-Commerce dan penggunaan platform digital, adanya sharing session yang memberikan wadah para peserta berbagi pengalaman dan kendala terkait kegiatan penjualan dan penggunaan teknologi selama ini, kegiatan ini juga memberi manfaat berupa perluasan jaringan dan ide pengembangan usaha sesama pelaku usaha clothing line. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan pada akhir kegiatan diperoleh bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberi manfaat, adanya perubahan mindset terkait penggunaan platform digital oleh peserta, adanya peningkatan wawasan terkait strategi promosi, pemasaran dan penjualan melalui content digital dirasakan oleh peserta kegiatan. Diharapkan kegiatan ini dilaksanakan secara berkala sehingga dapat membantu pelaku usaha Clothing Line meningkatkan keterampilan dalam menerapkan e-Commerce sehingga dapat meningkatkan keuntungan pada usahanya.

**Kata kunci :** e-Commerce, Platform, Digital

### 1. PENDAHULUAN

Adanya pandemic yang dirasakan sejak awal tahun 2020 mengubah hampir semua aspek kehidupan, beberapa proses bisnis harus dilakukan melalui cara yang berbeda yang semula dapat dilakukan secara konvensional namun sekarang harus dapat memanfaatkan bantuan teknologi agar tetap dapat berjalan sebagaimana mestinya. Beberapa proses bisnis beralih dalam jaringan (secara online)(Rosita 2020), begitu pula dalam proses perdagangan dan perindustrian di Indonesia yang saat itu mengalami penurunan laju perekonomian sebesar 0,1-0,3% (Budiyanti 2020). Industri usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pihak yang terdampak akibat adanya perubahan regulasi yang mengharuskan adanya pembatasan sosial secara menyeluruh dengan beberapa level kewaspadaan pada saat itu (Dwijayanti & Pramesti 2021)(Rosita 2020) (Tresnawati, Wardiani & Anisyahrini 2021).

Hal tersebut mengharuskan pelaku bisnis dan perdagangan harus jeli dalam mengambil sikap agar dapat bertahan. Pelaku usaha Clothing line yang saat ini memang sedang marak dijalankan oleh beberapa pengusaha UMKM melihat pasar yang cukup menjanjikan pada dunia fashion yang secara terus menerus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi dalam semua aspek

kehidupan termasuk dalam proses industri perdagangan yang dikenal sebagai *e-Commerce*, melalui penggunaan teknologi proses perniagaan yaitu: penawaran, penjualan, dan pembelian dilakukan dalam jaringan (daring) secara *online* dengan bantuan internet dan berbagai *platform digital* yang dapat meningkatkan kinerja operasional, memperluas jangkauan, mengoptimalkan proses *supply chain management* dan dapat mengurangi biaya operasional (Dwijayanti & Pramesti 2021) (Agus et al. 2021) (Novita & Putra 2020) (Bein, Graha & Pangestu 2020).

Strategi persaingan produsen melalui adopsi saluran ganda yang lebih dekat dengan konsumen dan dapat meningkatkan insentif produsen saat ini melalui pemanfaatan *platform digital* (Amalyah et al. 2020). Terdapat dua skala yang berpengaruh dalam memanfaatkan *platform digital* sebagai media *e-Commerce* yaitu, skala ekonomi akan berdampak pada keuntungan perusahaan secara proporsional melalui pengembangan *platform digital* yang digunakan yang dapat menarik pengunjung. Selanjutnya adalah skala jaringan yang dipengaruhi oleh jumlah pengunjung dan pengguna yang dapat meningkatkan nilai data berdasarkan aktivitas *platform digital* yang digunakan. Hal ini tentunya akan mempengaruhi tingkat *engagement* pelaku usaha *Clothing Line* yang secara tidak langsung dapat meningkatkan reputasi serta tingkat kepercayaan masyarakat dalam membeli produk *Clothing Line* tersebut (Hollebeek & Macky 2019) (Amalyah et al. 2020).

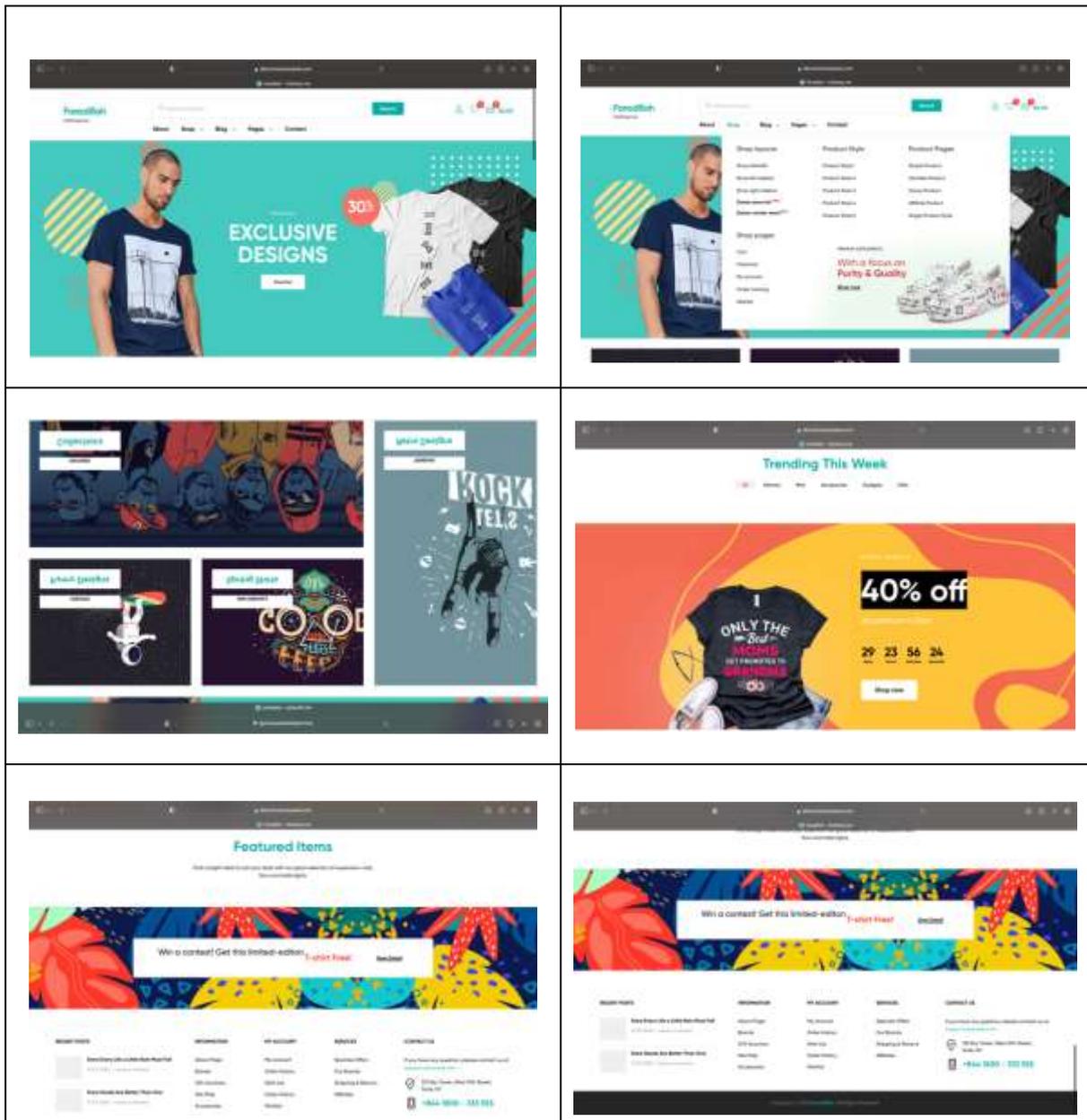
Penggunaan *platform digital* saat ini masih terdapat beberapa kendala pada masyarakat, adanya perbedaan latar belakang pendidikan, tingkat pengetahuan dan keinginan pengguna untuk meningkatkan pengetahuan merupakan faktor yang mempengaruhi dalam penerapan sistem baru. Kendala lainnya yang dirasakan dalam penggunaan *platform digital* yaitu beberapa *platform* dinilai belum *user friendly* sehingga mempersulit proses transaksi (Argawan et al. 2019; Giunta 2020; Ferry Anggiawan 2021; Saptaputra, Basiroen & Septian 2021). Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pelatihan diberikan kepada pelaku UMKM dalam hal ini pelaku usaha *Clothing line* yang baru merintis usaha kurang dari lima tahun terakhir untuk dapat meningkatkan wawasan, keterampilan pelaku usaha *Clothing Line* dalam penerapan *e-Commerce* sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan serta mengurangi biaya operasional usaha *clothing line*.

## 2. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pelatihan penggunaan *platform digital* berupa *website ecommerce / marketplace* yang sebelumnya telah dibangun sebagai media yang dapat digunakan pelaku bisnis *Clothing Line* dalam mengembangkan proses promosi, pemasaran, dan penjualan selain beberapa *social media* yang marak digunakan saat ini seperti: *Instagram, facebook* dan *twitter*. Penggunaan *website e-Commerce* ini dapat membantu pelaku usaha *clothing line* dalam pengelolaan data dan proses transaksi dapat dilakukan secara langsung oleh pemilik *clothing line* dan pembeli tanpa harus melalui perantara (pihak ketiga).

### 2.1. Metode Pelatihan

Pelatihan dilakukan melalui beberapa proses yaitu: penyampaian materi terkait *e-Commerce*, dan *platform digital*, selanjutnya dilakukan bimbingan teknis terkait cara penggunaan *platform digital* sebagai media promosi, pemasaran dan penjualan. Pelatihan dilakukan secara online melalui virtual meeting bersama 25 pelaku usaha *Clothing Line*. Proses penyampaian materi dilakukan setelah pembukaan oleh moderator. Penyampaian materi terkait *e-Commerce* dan *platform digital* perlu dilakukan sebelum melakukan bimbingan teknis untuk membuka wawasan peserta terkait perkembangan *e-Commerce* saat ini dalam aspek perdagangan serta dampak yang penggunaan *platform digital* dalam meningkatkan keuntungan pelaku bisnis khususnya *Clothing Line*. Dalam pelatihan ini, *platform digital* yang digunakan berupa *website E-Commerce* yang telah dikembangkan sebelumnya sebagai contoh *platform digital* yang telah marak digunakan. Tampilan *Website E-Commerce* yang digunakan pada pelatihan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Tampilan Website E-Commerce Clothing Line

Pada proses bimbingan teknis, disampaikan beberapa tahapan penggunaan *website e-Commerce* yaitu: pembuatan akun, proses *login*, proses *upload* data berupa: foto, *caption* maupun beberapa informasi terkait produk dan penjualan pada *website*, pengaturan beberapa fitur seperti: pengaturan font, warna dan *layout*, dalam proses transaksi juga disampaikan cara melakukan proses pembayaran atau *checkout* barang hingga proses transfer berhasil dilakukan. Selain itu proses penarikan laporan juga disampaikan kepada peserta.

## 2.2. Peserta Kegiatan

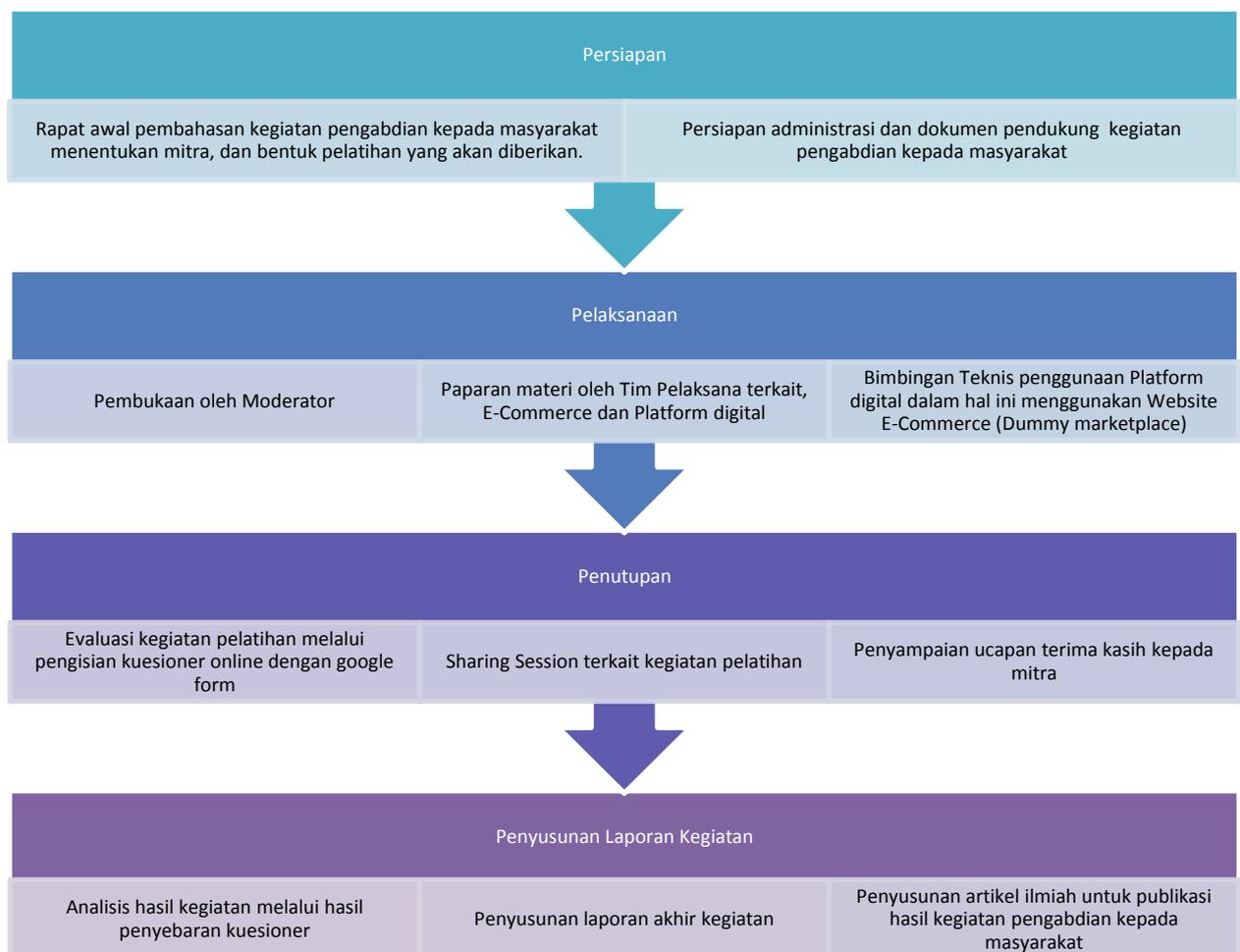
Dalam kegiatan ini peserta pelatihan merupakan pelaku usaha *Clothing line* yang telah membangun usaha 2-5 tahun terakhir melalui *virtual meeting*. Pada pelatihan ini melibatkan dua orang mahasiswa dalam membantu proses administrasi dan dokumentasi, dalam kegiatan ini peserta melakukan registrasi terlebih dahulu melalui *google form*, selanjutnya pembukaan yang dilakukan oleh moderator lalu penyampaian materi diberikan sebagai proses *knowledge transfer* dan *knowledge sharing* untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan terkait penggunaan perangkat dan aplikasi

computer pada mitra, peningkatan pemahaman dan keterampilan terkait *digital content* dan *e-Commerce*. Kegiatan bimbingan teknis dilakukan setelah penyampaian materi, pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi melalui penyebaran kuesioner melalui *google form* untuk mengukur kepuasan mitra dalam kegiatan pelatihan ini.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Pelatihan Penggunaan Platform digital sebagai Penerapan Ecommerce pada Kegiatan UMKM dalam hal ini adalah Pelaku Usaha *Clothing Line* telah dilaksanakan pada Hari Sabtu dan Minggu tanggal 5 hingga 6 february 2022 secara virtual melalui *zoom meeting*. Kegiatan ini dimulai tepat pukul 08.00 WIB dan berlangsung hingga kurang lebih pukul 17.00 WIB. Kegiatan pelatihan ini dilakukan melalui beberapa tahapan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.



**Gambar 2.** Tahapan Kegiatan Pelatihan Penggunaan Platform digital sebagai Penerapan *E-Commerce* pada Kegiatan UMKM (Pelaku usaha *Clothing Line*)

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa tahapan kegiatan yaitu: persiapan, pelaksanaan, penutupan dan penyusunan laporan kegiatan berjalan sesuai dengan perencanaan dan agenda yang telah disusun. Pada Gambar 3 dapat dilihat bahwa tahapan persiapan terdiri dari dua kegiatan yaitu: Rapat awal pembahasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menentukan mitra, dan bentuk pelatihan yang akan diberikan; Persiapan administrasi dan dokumen pendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Dalam tahap persiapan ini meliputi, persiapan beberapa kelengkapan administrasi dan dokumentasi seperti persiapan materi yang akan disampaikan, bentuk platform digital yang akan menjadi media bimbingan teknis dan korespondensi kepada mitra hingga surat tugas yang disampaikan kepada Kepala LPPMK Universitas Indo Global Mandiri melibatkan bantuan dua orang mahasiswa dari program studi Sistem Informasi.

Pada tahap pelaksanaan terdiri dari tiga kegiatan yaitu: Pembukaan oleh Moderator; Paparan materi oleh Tim Pelaksana terkait, *E-Commerce* dan *Platform digital*; *Bimbingan Teknis penggunaan Platform digital dalam hal ini menggunakan Website E-Commerce (Dummy marketplace)*. Pada tahap ini penyampaian materi dan bimbingan teknis dilaksanakan dengan interaktif, peserta dapat menyampaikan pertanyaan secara langsung melalui *virtual meeting* dan dapat langsung ditanggapi oleh narasumber sehingga peserta dapat memahami dan mengikuti kegiatan pelatihan dan bimbingan teknis dengan lancar dan semangat.

Pada tahap penutupan dilakukan beberapa kegiatan yaitu: Evaluasi kegiatan pelatihan melalui pengisian kuesioner online dengan *google form*, *Sharing Session* terkait kegiatan pelatihan, Penyampaian ucapan terima kasih kepada mitra. Pada tahapan ini dilakukan *sharing session* bersama peserta yaitu pelaku bisnis *clothing line* terkait penggunaan *platform digital* yang telah digunakan dan kendala yang dihadapi terkait teknologi yang digunakan. Dari hasil *sharing session* diperoleh informasi bahwa hampir semua peserta telah menggunakan *social media* berupa *instagram* dan *facebook* sebagai media promosi pemasaran dan penjualan produk *clothing line*, 40% dari peserta telah mempunyai akun *marketplace* yang telah ada seperti: *Tokopedia* dan *Shopee*, 80% menggunakan media *Whatsapp* dalam dan *Line* sebagai media komunikasi dengan pelanggan, 10% dari peserta telah menggunakan *website e-Commerce* namun dengan bantuan tenaga ahli IT dalam pengoperasiannya. Berdasarkan hasil *sharing session* juga diperoleh informasi bahwa hampir semua peserta belum pernah menggunakan *website e-Commerce* secara langsung dikarenakan kendala pemahaman dan pengetahuan terkait penggunaan masih minim sehingga pelaku usaha *clothing line* cenderung membayar admin ataupun pihak ketiga pengelola platform digital. Melalui hasil penyebaran kuesioner diperoleh bahwa adanya peningkatan pengetahuan terkait *e-Commerce* dan Penggunaan *platform digital* oleh pelaku *clothing line*, adanya peningkatan keterampilan peserta dalam pengoperasian komputer dan penggunaan *website e-Commerce*, serta *digital content* yang dapat membantu peserta melakukan kegiatan promosi, pemasaran dan penjualan produk *clothing line*. Berdasarkan hasil kuesioner juga diperoleh bahwa melalui pelatihan ini peserta memperoleh wawasan dari berbagai sumber salah satunya dari sesama pelaku usaha *Clothing Line* dalam meningkatkan strategi penjualan dan promosi, peserta juga merasakan manfaat berupa bertambahnya jaringan sesama pelaku bisnis sehingga dapat menjangkau lebih luas dan memberi inspirasi untuk kerja sama dan pengembangan bisnis kedepannya.

Pada tahap akhir kegiatan ini dilakukan penyusunan laporan kegiatan yang meliputi: Analisis hasil kegiatan melalui hasil penyebaran kuesioner; Penyusunan laporan akhir kegiatan; Penyusunan artikel ilmiah untuk publikasi hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 3.





**Gambar 3.** Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Penggunaan *Platform digital* sebagai Penerapan Ecommerce pada Kegiatan UMKM (Pelaku usaha *Clothing line*)

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan pada Pelatihan Penggunaan *Platform digital* sebagai Penerapan *E-Commerce* pada Kegiatan UMKM (Pelaku usaha *Clothing Line*) dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini:

1. Memberikan pemahaman dan wawasan terkait penggunaan *Platform digital* pada kegiatan *e-Commerce*.
2. Memberikan wawasan dan meningkatkan keterampilan peserta dalam menggunakan *website e-Commerce* untuk menunjang kegiatan usaha *Clothing Line* sehingga dapat meningkatkan strategi penjualan.
3. Meningkatkan keterampilan peserta dalam penggunaan *digital content* dalam proses promosi, pemasaran dan penjualan produk *Clothing Line*.
4. Memberi inspirasi kepada peserta melalui perubahan *mindset* tentang penggunaan *platform digital* yang dinilai sulit selama ini, serta memberikan solusi terkait kendala dan permasalahan yang dialami oleh peserta terkait *digital content*.
5. Membuka jaringan, kesempatan pengembangan bisnis terhadap sesama pelaku usaha *Clothing Line*.
6. Kegiatan serupa diharapkan dapat dilakukan secara rutin sebagai bentuk kegiatan yang berkelanjutan yang dapat membantu pelaku usaha *Clothing Line* dalam kegiatan *e-Commerce*.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pihak kelompok usaha *Clothing Line* yang telah bersedia mengikuti pelatihan ini dengan kooperatif dan antusias sehingga pelatihan ini berjalan dengan sangat baik, beberapa kendala dan pengalaman terkait penggunaan *platform digital* juga disampaikan oleh kelompok usaha *Clothing Line* memberikan wawasan dan masukan bagi tim pelaksana. Dalam kegiatan ini juga disampaikan ucapan terima kasih kepada pihak Universitas Indo Global Mandiri khususnya Lembaga Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat dan Kepustakaan (LPPMK) yang telah mendukung dan membantu proses kegiatan pelatihan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A.A., Yudoko, G., Mulyono, N. & Imaniya, T., 2021, "E-Commerce Performance, Digital Marketing Capability and Supply Chain Capability within E-Commerce Platform: Longitudinal Study Before and After COVID-19," *International Journal of Technology*, 12(2), 360–370.

- Amalyah, A.A., Yudoko, G., Budi, N., Kunci, K., Digital, P., Rantai Pasok, K., Amalyah Agus, A., Budi Mulyono, N. & Imaniya, T., 2020, "E-commerce Platform Performance, Digital Marketing and Supply Chain Capabilities," *International Research Journal of Business Studies* ], XIII(01), 63–80.
- Argawan, B., Halim, B., Wijaya, J., Ekaputri, K., Aditia, K.C., Rama Prasetya, N., Candra, T., Yuliati, R., Bisnis, P.S., Prasetya Mulya, U. & Akuntansi, P.S., 2019, *Pemanfaatan Digital Marketing Channel dalam Upaya Memperluas Pemasaran Produk Jahe Merah Instan Sarongge*, vol. 01.
- Bein, A.S., Graha, Y.I. & Pangestu, A.P., 2020, "Pandawan Website Design Based Content Management System As Media E-commerce Transaction," *Aptisi Transactions On Technopreneurship (ATT)*, 2(1), 87–97.
- Budiyanti, E., 2020, *Dampak Virus Corona Terhadap Sektor Perdagangan Dan Pariwisata Indonesia*, Jakarta Pusat.
- Dwijayanti, A. & Pramesti, P., 2021, "Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19," *Ikraith-Abdimas*, 4(2), 68–73.
- Ferry Anggiawan, N., 2021, *Pemanfaatan Digital Marketing Pt Buka Lapak Dalam Mengembangkan Umkm Melalui Marketplace*, Surabaya.
- Giunta, C., 2020, "Digital Marketing Platform Tools, Generation Z, and Cultural Consideration," *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 14(2), 63–75.
- Hollebeek, L.D. & Macky, K., 2019, "Digital Content Marketing's Role in Fostering Consumer Engagement, Trust, and Value: Framework, Fundamental Propositions, and Implications," *Journal of Interactive Marketing*, 45, 27–41.
- Novita, R. & Putra, R.R., 2020, *Rancang Bangun E-Commerce Menggunakan Platform Android*.
- Rosita, R., 2020, "Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia," *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109.
- Saptaputra, E., Basiroen, V.J. & Septian, D.E., 2021, *Digitalization of Small Batik Industry: UI/UX design to support Batik Lasem e Commerce*, *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, vol. 794, IOP Publishing Ltd.
- Tresnawati, Y.S., Wardiani, W. & Anisyahrini, R., 2021, "Pengembangan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Rajutan Terdampak Covid 19 Di Kampong Rajoet Kota Bandung," *Communnity Development Journal*, 2(2), 206–213.