



Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan E-commerce

Norhaedah^{1✉}, Ernawati², Nisma Ariskha Masdar³, Muh Asdar⁴, Jihan Nur Alfina⁵

^{1,2,5} Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Islam Makassar, Makassar

^{3,4} Program Studi Administrasi Fiskal, Universitas Islam Makassar, Makassar

⁵ Program Studi Manajemen, Universitas Wira Bakti Makassar, Makassar

Abstrak

Program pelatihan e-commerce telah menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi tantangan pasar digital yang semakin kompetitif. Melalui pelatihan yang berhasil menjangkau sejumlah UMKM di kawasan yang ditargetkan, para peserta, termasuk pemilik UMKM dan staf mereka, berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan terkait e-commerce. Materi pelatihan mencakup konsep dasar e-commerce, strategi pemasaran online, manajemen inventaris, penggunaan platform e-commerce, serta aspek legal dan keamanan dalam berbisnis online. Evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan penerapan konsep e-commerce oleh peserta, yang kemudian berhasil mengoptimalkan bisnis mereka secara online. Program ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM, tidak hanya dalam meningkatkan kapasitas mereka dalam mengadopsi teknologi e-commerce, tetapi juga dalam membantu mereka bersaing di pasar digital yang semakin ketat. UMKM memiliki peluang lebih besar untuk mengembangkan bisnis mereka, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan lapangan kerja baru dalam komunitas mereka. Meskipun berhasil mencapai banyak tujuan yang diinginkan, tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan tantangan teknis tetap menjadi kendala. Oleh karena itu, rekomendasi untuk memperluas jangkauan kegiatan, meningkatkan aksesibilitas sumber daya, dan menyediakan dukungan teknis yang lebih mendalam di masa mendatang akan menjadi langkah yang diperlukan untuk kesuksesan program pelatihan e-commerce yang berkelanjutan. Dengan demikian, upaya meningkatkan kapasitas UMKM melalui pelatihan e-commerce dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan dalam memperkuat ekonomi lokal.

Kata Kunci: *Peningkatan, Pelatihan, UMKM, E-Commerce*

Abstract

The e-commerce training program has proven to be an effective solution in enhancing the capacities of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to tackle the increasingly

competitive digital market. Through successful training initiatives reaching numerous MSMEs in targeted areas, participants, including MSME owners and their staff, have successfully enhanced their understanding and skills in e-commerce. The training curriculum encompasses fundamental e-commerce concepts, online marketing strategies, inventory management, utilization of e-commerce platforms, as well as legal and security aspects in online business. Pre- and post-training evaluations have shown a significant improvement in participants' knowledge and application of e-commerce concepts, subsequently enabling them to optimize their businesses online. The program has significantly benefited MSMEs, not only in enhancing their capacity to adopt e-commerce technology but also in assisting them to compete in the increasingly stringent digital market. MSMEs have a greater opportunity to develop their businesses, increase revenue, and create new job opportunities within their communities. Despite achieving many desired goals, challenges such as resource limitations and technical obstacles persist. Therefore, recommendations to expand outreach activities, enhance resource accessibility, and provide deeper technical support in the future will be necessary steps for the sustainable success of e-commerce training programs. Thus, efforts to enhance the capacities of MSMEs through e-commerce training can make a significant positive contribution to strengthening the local economy.

Keywords: *Enhancement, Training, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), E-commerce*

Copyright (c) 2024 **Norhaedah**

✉ Corresponding author :

Email Address : nurhaedah.dty@uim-makassar.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Di banyak negara, UMKM menyumbang sebagian besar dari total produksi ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi lokal. Namun, UMKM sering menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saingnya di era digital ini. Usaha Kecil dan Menengah UMKM merupakan salah satu tulang punggung sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya yakni hanya 8% dari keseluruhan jumlah pelaku UMKM (Makki, 2019), hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang sudah memanfaatkan media online dalam menunjang penjualan dan promosi produknya sangat rendah. Sedangkan pemerintah menargetkan sudah 8 juta UMKM sudah go Online pada tahun 2019 (Pryanka, 2018).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah perubahan paradigma bisnis yang disebabkan oleh kemajuan teknologi, terutama dalam hal e-commerce. Salah satunya adalah dengan penerapan aplikasi E-commerce sebagai fungsi dari pemasaran, penjualan, dan pemasaran yang bertujuan meningkatkan kepuasan pelanggan terutama untuk mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah pelanggan (Dewi & Andriansyah, 2021). UMKM di Indonesia membutuhkan sebuah inovasi baik dalam bidang teknologi maupun *non* teknologi yang dapat memfasilitasi mereka dalam poses Jual beli produk atau jasa mereka. Dewasa ini perkembangan teknologi semakin berkembang pesat (Linawati et al., 2018). Perkembangan teknologi

yang semakin pesat ini diharapkan mampu membantu jalannya perkenomian di Indonesia. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia membutuhkan pengenalan teknologi serta pengaplikasian teknologi dalam bidang perdagangan dan bisnis.

Fenomena globalisasi dan perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola perilaku konsumen, di mana sebagian besar transaksi bisnis kini dilakukan secara online. Namun, masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi e-commerce ini karena berbagai alasan, termasuk kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengoperasikan platform e-commerce serta strategi pemasaran online yang efektif. Pemasaran produk melalui sosial media dan e-commerce menjadi salah satu cara yang paling efektif untuk memperluas jangkauan pasar di zaman digital ini. Faktanya, di era teknologi yang semakin canggih ini membuka kesempatan besar bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk bisa memasarkan produknya hingga ke luar kota, hingga ke luar negeri. Alat transportasi dimasa kini merupakan hal yang sangat penting dalam dunia usaha serta salah satu kebutuhan mendasar bagi setiap individu. Maka hal itu, produsen dalam hal ini membutuhkan juga pelanggan mengenai produk atau jasa yang dihasilkannya. Dan salah satu langkah yang digunakan perusahaan yaitu melalui kegiatan promosi (Rispati & Muliati, 2023). Namun, ada banyak UMKM yang belum mengerti bagaimana cara menggunakan sosial media dan e-commerce untuk meningkatkan penjualan mereka (Sugeng Purwanto, 2023). Selain itu, UMKM sering kali menghadapi hambatan dalam mengakses pelatihan dan sumber daya yang diperlukan untuk memperkuat kapasitas mereka dalam menghadapi tantangan ini. Keterbatasan aksesibilitas, biaya, dan kesadaran akan pentingnya pelatihan dalam e-commerce menjadi kendala utama bagi banyak UMKM. Dalam konteks ini, peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan e-commerce menjadi sangat penting untuk membantu mereka bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif ini. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, upaya dapat dilakukan untuk memberikan pendampingan, pelatihan, dan sumber daya lainnya kepada UMKM agar dapat memahami dan memanfaatkan e-commerce secara efektif dalam skala bisnis mereka. Dalam jurnal ini, kami akan membahas implementasi dan hasil dari program pelatihan e-commerce yang ditujukan untuk meningkatkan kapasitas UMKM. Dengan fokus pada tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi e-commerce, kami akan mengevaluasi dampak dari pelatihan tersebut dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan penerapan e-commerce di kalangan UMKM.

METODOLOGI

Program kegiatan PkM ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan diantaranya: Identifikasi kawasan atau komunitas UMKM yang menjadi target pelaksanaan program pelatihan e-commerce. Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, merancang program pelatihan e-commerce yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan UMKM di kawasan tersebut. Menyusun materi pelatihan yang mencakup konsep dasar e-commerce, strategi pemasaran online, manajemen inventaris, penggunaan platform e-commerce, dan aspek legal dan keamanan dalam berbisnis online. Memilih metode pelatihan yang sesuai, seperti sesi presentasi, studi kasus, diskusi kelompok, demonstrasi praktis, dan sesi tanya jawab. Memastikan kelancaran pelaksanaan

program pelatihan, termasuk persiapan ruang, alat presentasi, dan materi pelatihan yang diperlukan. Memberikan panduan dan bimbingan individu kepada peserta dalam menerapkan konsep-konsep e-commerce dalam bisnis mereka. Mempublikasikan hasil evaluasi dan temuan program pelatihan melalui jurnal ilmiah, seminar, atau konferensi terkait. Mengorganisir sesi diskusi atau workshop untuk berbagi pengalaman dan pembelajaran dengan pemangku kepentingan lain, seperti pemilik UMKM, pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan organisasi bisnis.

HASIL dan PEMBAHASAN

Program pelatihan e-commerce yang telah dilaksanakan berhasil menjangkau sejumlah UMKM di kawasan yang ditargetkan. Para peserta pelatihan termasuk pemilik UMKM dan staf mereka yang memiliki beragam latar belakang dan tingkat pengetahuan tentang e-commerce. Materi pelatihan yang disampaikan meliputi konsep dasar e-commerce, strategi pemasaran online, manajemen inventaris, penggunaan platform e-commerce, dan aspek legal dan keamanan dalam berbisnis online, Evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta terkait e-commerce. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang terbatas tentang konsep e-commerce dan cara mengimplementasikannya dalam bisnis mereka. Namun, setelah mengikuti pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan yang cukup besar dalam pemahaman mereka tentang konsep e-commerce, strategi pemasaran online yang efektif, dan penggunaan platform e-commerce. Salah satu indikator keberhasilan program pelatihan adalah kemampuan peserta untuk menerapkan konsep-konsep yang dipelajari dalam bisnis mereka. Setelah mengikuti pelatihan, banyak peserta yang berhasil meningkatkan visibilitas online bisnis mereka, meningkatkan penggunaan media sosial untuk pemasaran, dan mengoptimalkan pengelolaan inventaris melalui platform e-commerce. Beberapa peserta bahkan berhasil meningkatkan omset penjualan mereka secara signifikan setelah menerapkan strategi yang dipelajari dalam pelatihan. Program pelatihan e-commerce ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM yang terlibat. Selain meningkatkan kapasitas mereka dalam mengadopsi teknologi e-commerce, program ini juga membantu UMKM untuk bersaing lebih baik di pasar digital yang semakin kompetitif. Dengan meningkatnya pemahaman dan keterampilan dalam e-commerce, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk mengembangkan bisnis mereka, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan lapangan kerja baru dalam komunitas mereka. Meskipun program pelatihan ini berhasil mencapai banyak tujuan yang diinginkan, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi selama implementasi. Beberapa di antaranya termasuk keterbatasan sumber daya, tantangan teknis dalam menggunakan platform e-commerce, dan tingkat kehadiran peserta yang tidak konsisten. Oleh karena itu, untuk program pelatihan di masa mendatang, disarankan untuk memperluas jangkauan kegiatan, meningkatkan aksesibilitas sumber daya, dan menyediakan dukungan teknis yang lebih mendalam kepada peserta.



Foto 1. Kegiatan Pengabdian



Foto 2. Masyarakat Menyimak Materi

Dengan demikian, hasil dan pembahasan dari program pelatihan e-commerce ini menunjukkan bahwa upaya meningkatkan kapasitas UMKM melalui pelatihan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan dalam mengembangkan UMKM dan memperkuat ekonomi lokal.

SIMPULAN

Program pelatihan e-commerce telah membuktikan keberhasilannya dalam meningkatkan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan yang ditargetkan. Dengan melibatkan pemilik UMKM dan staf mereka yang memiliki beragam latar belakang dan pengetahuan tentang e-commerce, program ini berhasil memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konsep e-commerce, strategi pemasaran online, manajemen inventaris, penggunaan platform e-commerce, dan aspek legal serta keamanan dalam berbisnis online. Evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta terkait e-commerce, serta kemampuan mereka untuk mengimplementasikan konsep-konsep tersebut dalam bisnis mereka. Dengan demikian, program pelatihan e-commerce ini

memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan mengembangkan bisnis mereka di pasar digital yang semakin kompetitif.

Meskipun demikian, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi selama implementasi program, seperti keterbatasan sumber daya, tantangan teknis dalam menggunakan platform e-commerce, dan tingkat kehadiran peserta yang tidak konsisten. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas program pelatihan di masa mendatang, disarankan untuk memperluas jangkauan kegiatan, meningkatkan aksesibilitas sumber daya, dan menyediakan dukungan teknis yang lebih mendalam kepada peserta. Dengan terus mengembangkan dan meningkatkan program pelatihan e-commerce, diharapkan UMKM akan semakin mampu memanfaatkan potensi e-commerce untuk meningkatkan daya saing dan kontribusi mereka dalam perekonomian lokal dan nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah mendukung kegiatan ini. Program ini berhasil berkat dukungan dari Universitas Islam Makassar, anggota kelompok masyarakat, dan semua orang yang terlibat. Kami tidak akan bisa mencapai kesuksesan ini tanpa kerja keras, dedikasi, dan kerja sama dari semua pihak. Kami juga berterima kasih kepada LPkM UMI, dan terkhusus Universitas Muslim

Referensi :

- Dewi, Y. P., & Andriansyah, A. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan Media Online Produk Wardah Terhadap Prilaku Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Makassar. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 4(1), 52–65. <https://doi.org/10.55638/jcos.v4i1.669>
- Linawati, L., Wirastutia, N. M. A. E. D., Widyantara, I. M. O., Wiharta, D. M., & Mertasana, P. A. (2018). Pemberdayaan Umkm Perempuan Kota Denpasar Dibidang E-Commerce. *Buletin Udayana Mengabdikan*, 17(1), 53. <https://doi.org/10.24843/bum.2018.v17.i01.p09>
- Makki, S. (2019). Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171115161037-78-255819/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online//> diakses 23 April
- Pryanka, A. (n.d.). *Baru 4,7 Juta UMKM Go Online”*, 17 Oktober 2018.
- Rispawati, R., & Muliati, M. (2023). Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Supercab Pada PT. Auto Indo Utama (Dongfeng Sokonindo) Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 8(3).
- Sugeng Purwanto, M. T. R. (2023). Digital Marketing Training and Assistance as an Effort to Increase the Capacity of MSMEs in Semolowaru Village, Surabaya City. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 45–63.