

**Pengenalan dan Pelatihan *E-Commerce* UMKM Di  
Kuripan Lombok Barat****Baiq Dinda Puspita Ayu<sup>1\*</sup>, Ika Putri Fitri Ajiani<sup>2</sup>, Muliani<sup>3</sup>, Rina Komala<sup>4</sup>, Ni  
Putu Sinta Dewi<sup>5</sup>**<sup>1</sup>Universitas Bumigora, Indonesia, baiq.dinda@universitasbumigora.ac.id<sup>2</sup>Universitas Bumigora, Indonesia, ika.putri@universitasbumigora.ac.id<sup>3</sup>Universitas Bumigora, Indonesia, muliani@universitasbumigora.ac.id<sup>4</sup>Universitas Bumigora, Indonesia, rina.komala@universitasbumigora.ac.id<sup>5</sup>Universitas Bumigora, Indonesia, sintadewi@universitasbumigora.ac.id**(\*Corresponding Author)****PENGUTIPAN:**

Ayu, B. D. P., Ajiani, I. P. F., Muliani, M., Komala, R., & Dewi, N. P. S. (2024). Pengenalan dan Pelatihan E-Commerce UMKM di Kuripan Lombok Barat. *Jurnal Zentrum Mengabdi*, 1(1), 23-29.

**Abstrak:** Fokuskan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas Bumigora adalah untuk meningkatkan dan untuk memberikan pengenalan serta pelatihan bagi UMKM di Kecamatan Kuripan terkait bagaimana penggunaan e-commerce untuk meningkatkan penjualan dan memperluas promosi usaha agar terus berkembang dan meningkatkan penjualan. Metode pengabdian adalah dengan pengenalan aplikasi e-commerce melalui metode ceramah, pelatihan penggunaan e-commerce menggunakan shopee dan tokepedia, diskusi bersama pelaku UMKM Kecamatan Kuripan. dapat tim simpulkan bahwa program pengabdian yang merupakan salah satu kewajiban dosen dari pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi telah sukses dilaksanakan. Pelaku usaha selaku peserta dapat memahami materi *E-Commerce* dengan jelas. Pada sesi diskusi ada banyak timbulnya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan selama kegiatan berlangsung dan kesediaan peserta dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan hingga akhir walaupun para peserta sibuk dengan usaha masing-masing.

**Kata kunci:** UMKM, E-commerce, Shopee, Tokopedia

**Abstract:** The focus of community service carried out by the Bumigora University Community Service Team is to improve and provide introduction and training for MSMEs in Kuripan District regarding how to use e-commerce to increase sales and expand business promotions so that they continue to develop and increase sales. The service method is by introducing e-commerce applications through lecture methods, training in the use of e-commerce using Shopee and Tokopedia, discussions with MSME actors in Kuripan District. The team can conclude that the community service program, which is one of the lecturers' obligations in implementing the Tri Dharma of Higher Education, has been successfully implemented. Business actors as participants can understand E-Commerce material clearly. In the discussion session, there were many questions asked during the activity and the participants' willingness to participate in the entire series of activities until the end even though the participants were busy with their respective businesses.

**Keywords:** MSME, E-commerce, Shopee, Tokopedia

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi di masyarakat telah mendorong terciptanya era baru dalam bidang teknologi yaitu society 5.0. Society 5.0 merupakan hasil penyempurnaan dari society 1.0 sampai 4.0 dimana teknologi menjadi kebutuhan masyarakat terutama para pelaku usaha (Pricilia dan Prodjo, 2024). Memasuki era society 5.0 perkembangan teknologi digital semakin tahun terus berkembang, dimana semua hal memungkinkan pengguna dapat mengendalikannya dari jarak jauh, menggunakan fasilitas internet yang tersambung pada *gadget* (Setyowati & Ahmad, 2021). Teknologi digital tidak hanya digunakan untuk memperoleh informasi, atau sebagai media komunikasi jarak jauh, namun juga dimanfaatkan untuk ekonomi digital dan dapat menjadi sumber profit utama dalam perekonomian di era digital melalui promosi dan penjualan pada website atau aplikasi khusus yaitu *e-commerce*. *E-commerce* sebagai hasil perkembangan teknologi yang mencerminkan dari perkembangan teknologi dan memberikan dampak yang besar pada masyarakat (Rusdi et al, 2023).

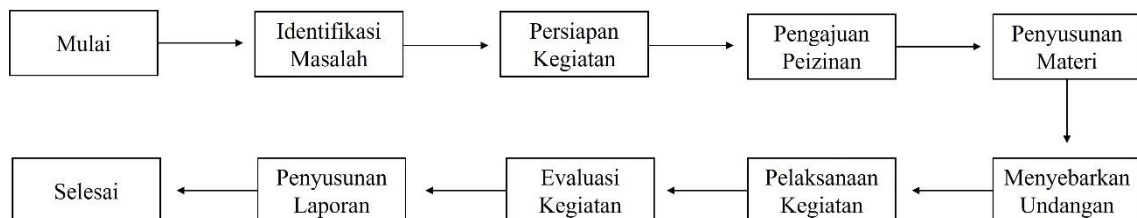
Perkembangan *E-commerce* diasumsikan akan meningkatkan omset pelaku UMKM dikarenakan bentuk mekanisme pemasaran yang dilakukan selama pelaksanaan bisnis ditunjang oleh kemudahan teknologi digital. Namun, di lain sisi hal ini menimbulkan problematika terhadap masyarakat Indonesia yang dirasa masih kurang respons dalam segala bentuk dinamika perubahan di lini aktivitas ekonomi (Julianti & Lismula, 2022).

Di era digital ini berbelanja di toko online menjadi kebutuhan karena harga yang lebih kompetitif, kemudahan aktifitas belanja, dan ketersediaan stok dan ragam barang yang dibeli lebih banyak. Berbagai kemudahan tersebut menjadikan toko online lebih menarik dibandingkan toko fisik. Hal inilah yang membuat pertumbuhan toko online meningkat pesat. Angka tersebut tidak hanya didapat dari kota-kota besar tetapi juga kota kecil di Indonesia yang telah terjangkau jaringan internet (Diskominfo, 2019). Upaya pemerintah provinsi untuk NTB Gemilang untuk memanfaatkan era digital dengan membuat program Mandiri dan Sejahtera adalah memaksimalkan pemanfaatan digital yang telah direncanakan pada tahun 2020 akan ada marketplace khusus untuk pengusaha pengusaha NTB (Diskominfo, 2024). Melalui Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Nusa Tenggara Barat telah dan terus dilakukan penguatan sumber daya dengan memberikan pelatihan bagi masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat mampu mengelola pasar virtual tersebut jika nanti difasilitasi oleh pemerintah. *E Commerce* atau pasar online yang masuk dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah sebagai salah satu program unggulan itu untuk menjawab tantangan ekonomi masa depan daerah (Aeda, 2022). NTB diharapkan mampu untuk mengoptimalkan potensi lokal yaitu para pendidik sebagai fasilitator untuk mewujudkan pemerataan pengetahuan masyarakat sebagai pemilik usaha dalam memanfaatkan teknologi digital yaitu *e-commerce*.

Pelaku UMKM terus dapat bertahan dengan perubahan teknologi sangat cepat, pelaku UMKM harus terus belajar dan siap mandiri untuk merubah model bisnis mengikuti perkembangan zaman (Handrawan et al, 2021). Salah satu perubahan tersebut dengan mendigitalisasi produk yang mereka jual. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka pengabdian masyarakat ini di fokuskan untuk meningkatkan dan untuk memberikan pengenalan serta pelatihan bagi UMKM di Kecamatan Kuripan terkait bagaimana penggunaan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan dan memperluas promosi usaha agar terus berkembang dan meningkatkan penjualan.

## METODE PENELITIAN

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari Senin, 22 April 2022 dengan peserta berasal dari pelaku usaha yang ada di Kuripan Lombok Barat dilaksanakan di SDN 1 Kuripan. Kegiatan dilaksanakan pada pukul 13.30 sampai 17.00 dengan jumlah peserta 20 pemilik UMKM. Metode yang digunakan adalah pengenalan *e-commerce* dengan metode ceramah, tanya jawab dan pelatihan membuat akun shopee dan tokopedia. Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada bagan alir berikut :



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian

Adapun kegiatan dilakukan dengan beberapa tahap yaitu :

1. Observasi awal, pada tahap ini tim pengabdian mendatangi lokasi di Kec. Kuripan Lombok Barat, wawancara awal dilakukan dengan kepala perwakilan Camat Kuripan dan pelaku usaha untuk memperoleh data atau informasi mengenai pengetahuan usahawan terkait dengan *e-commerce* serta permasalahan atau kendala yang terjadi dilingkungan bisnis Ke. Kuripan..
2. Identifikasi masalah, ada tahap ini tim mengidentifikasi masalah yang dihadapi UMKM di Kec. Kuripan. Pelaku UMKM umumnya belum mengetahui cara mengunduh aplikasi untuk berjualan, mengunggah informasi dan foto terkait produk mereka di situs *e-commerce*, serta memaksimalkan ragam fitur yang dihadirkan situs online.
3. Pengajuan izin, setelah melakukan observasi awal dan mengidentifikasi masalah langkah selanjutnya adalah melakukan konsultasi kembali dan mengajukan perizinan pelaksanaan dan ditentukan lokasi pengabdian di SDN 1 Kuripan.
4. Penyusunan materi, persiapan metode dan alat yang akan digunakan pada saat pelaksanaan program sosialisasi.
5. Memberikan pelatihan dan pendampingan praktik penggunaan aplikasi bisnis *e-commerce* yaitu shopee dan tokopedia kelompok, sebagian besar pelaku UMKM belum mengetahui cara berjualan online, maka dari itu cukup banyak pertanyaan dan diskusi.
6. Evaluasi Kegiatan dilakukan untuk mengukur keberhasilan rencana yang telah ditetapkan.
7. Menyusun laporan akhir kegiatan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian oleh Tim Pengabdian yaitu sosialisasi pengenalan dan pelatihan aplikasi *e-commerce* dihadiri oleh pemilik usaha dilakukan di SDN 1 Kuripan selama 3 jam dan dihadiri oleh 20 orang. Urutan kegiatan sosialisasi adalah sebagai berikut :

### 1. Sesi Pemberian Materi

Penyampaian materi, Tim Pengabdian memaparkan dan menjelaskan keunggulan dan manfaat teknologi digital, apa saja yang perlu disiapkan untuk mempromosikan produk melalui *e-commerce*, sosial media dan strategi pemasaran online. *E-commerce* menawarkan banyak manfaat terkait proses perdagangan. Jika proses jual beli tradisional membutuhkan pertemuan tatap muka antara pembeli dan penjual, *e-commerce* tidak lagi membutuhkannya. Pembeli dapat berdagang di berbagai kota tanpa pertemuan dan berkomunikasi melalui internet. *E-Commerce* menguntungkan pembeli dan juga penjual. Pembeli lebih hemat biaya dan waktu karena tidak perlu jauh-jauh mencari barang yang dibutuhkan. Selain kelebihan tersebut, ada juga kekurangannya saat memproses transaksi jual beli melalui Internet dan pembeli tidak dapat melihat barang secara langsung dan memegang bahan dari mana barang tersebut dibuat.

Strategi yang harus diperhatikan untuk pemasaran dan promosi melalui *e-commerce* sebagai berikut :

- a. Pahami produk atau jasa yang ditawarkan, cermati aspek apa saja yang belum disediakan kompetitor, ciptakan produk dan beri layanan yang belum ada sebagai keunggulan bisnis *online* kamu. Jadi, calon pembeli pun melirik apa yang kamu tawarkan karena belum menjumpai hal tersebut di produk pesaing.
- b. Bangun *brand* secara konsisten melalui media sosial dengan menyiapkan konteks yang unik dan menarik melalui video, foto, tulisan dan sebagainya.
- c. Manfaatkan tren pasar untuk mendongkrak penjualan, memanfaatkan tren pasar bukan hanya menjual produk yang sedang populer saja, melainkan bagaimana pemilik usaha bisa memberi nilai tambah pada produk terdahulu dengan menyelipkan tren terkini.
- d. Berikan *voucher*, diskon, dan gratis ongkir, dengan berikan bonus atau hadiah bagi pelanggan yang sudah berbelanja sekian kali. Mendapat perlakuan spesial pasti akan membuat pelanggan senang dan makin loyal membeli produk kamu.
- e. Pertimbangkan *upselling* produk, contohnya paket *bundling* belajar sketsa berisi satu buah buku sketsa, satu set *drawing pen* berbagai ukuran, satu set pensil, dan satu buah penghapus. Contoh lain, beli baju kedua dan ketiga, pembeli akan dapat diskon 30%. Jadi, pembeli bisa mendapat barang lebih banyak dengan harga lebih murah.

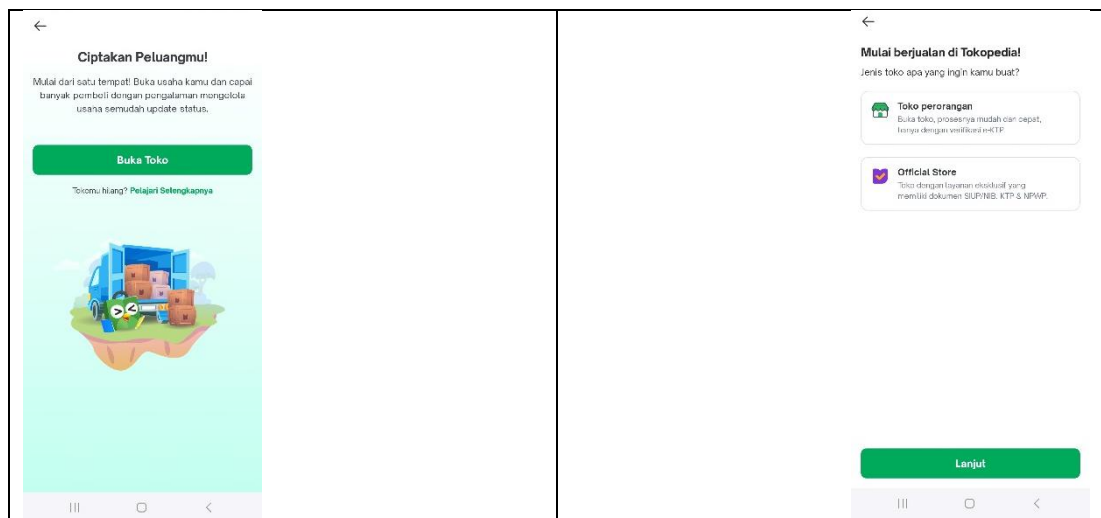
### 2. Sesi 2 : Pelatihan Menggunakan E-commerce

Pada sesi ke 2 Tim Pengabdian memaparkan implementasi *e-commerce* untuk mendukung usaha. Memberikan contoh dari bentuk *e-commerce* yaitu Shopee, Lazada, Bukalapak, Facebook, Instagram, dan WhatsApp dan sebagainya. Sebagian peserta tidak masih asing dengan istilah *E-commerce*, beberapa sudah mencoba memasarkan produk melalui *e-commerce* namun tidak berjalan lama. Pelatihan *e-*

*commerce* dimulai dengan mengunduh aplikasi di smartphone, mendaftarkan akun melalui aplikasi dengan menggunakan email dan memulai membuat promosi menggunakan foto dan video yang sederhana namun unik.



Gambar 2. Pengenalan dan Pelatihan Aplikasi Shopee



Gambar 3. Pengenalan dan Pelatihan Aplikasi Tokopedia

Dalam kegiatan pelatihan *e-commerce* yang dipilih adalah marketplace Shopee dan Tokopedia, alasannya adalah karena *marketplace* tersebut yang paling populer dan banyak penggunaannya di Indonesia. Banyak sekali produk yang ditawarkan pada *marketplace* ini, dari makanan, kebutuhan rumah tangga pakaian, asesoris hp, elektronik, pulsa, dan masih banyak produk yang lainnya.

3. Sesi 3 Penutup (Diskusi)  
Pada sesi ke 3, Tim Pengabdian berkesempatan untuk melakukan diskusi dengan para pemilik usaha terkait dengan materi *e-commerce* yang belum jelas dan memberikan jawaban serta masukan yang akan bermanfaat bagi pemilik usaha.
4. Evaluasi Kegiatan

Ayu et al.: *Pengenalan Dan Pelatihan...*

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur keberhasilan dan ketercapaian program yang telah direncanakan. Hal-hal yang menjadi bahan evaluasi kegiatan pengabdian ini adalah berfokus pada keterbatasan waktu pelaksanaan dan tempat dilaksanakan pengabdian. Hal ini dikarenakan kegiatan yang hanya dilaksanakan 1 hari dan dilaksanakan siang hari di lingkungan sekolah, sedangkan peserta kegiatan berharap kegiatan ini dapat dilaksanakan secara berkesinambungan sehingga ilmu yang diperoleh lebih banyak. Pelatihan ini ditutup dengan foto bersama yang terdiri dari tim pengabdian, dan pemilik usaha di Kec. Kuripan Lombok Barat.



Gambar 4. Foto Bersama Pemilik Usaha

## **SIMPULAN**

Dari hasil evaluasi serta temuan-temuan oleh tim pengabdian selama pelaksanaan kegiatan masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian yang merupakan salah satu kewajiban dosen dari pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi telah sukses dilaksanakan. Pelaku usaha selaku peserta dapat memahami materi *E-Commerce* dengan jelas. Pada sesi diskusi ada banyak timbulnya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan selama kegiatan berlangsung dan kesediaan peserta dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan hingga akhir walaupun para peserta sibuk dengan usaha masing-masing. Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan, tim pengabdian berharap kegiatan ini tetap diteruskan dengan membahas hal-hal lain yang masih berkaitan dengan topik pengembangan produk dan praktik penggunaan *e-commerce* agar kemampuan mereka dapat berkembang serta aktif dan mandiri dalam meningkatkan pemahaman mereka agar kualitas produk dan kuantitas promosi mendapatkan hasil yang maksimal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Aeda, N. (2022). Analisis Peluang dan Hambatan *E-Commerce* NTBMAIL dalam Memasarkan Produk Unggulan UMKM. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisplin*, 1(11), 4101-4113.



- Diskominfotik. 2019. NTB Dukung *E-Commerce*. Pejabat Pengelola Informasi Dokumentasi Provinsi Nusa Tenggara Barat. <https://diskominfotik.ntbprov.go.id/post/ntb-dukung-e-commerce290.tml>. Diakses tanggal 28 Mei 2023, Pukul 19.45 WITA.
- Diskominfotik. 2024. 52 Program Unggulan Menuju NTB Gemilang. Pejabat Pengelola Informasi Dokumentasi Provinsi Nusa Tenggara Barat. <https://ppid.ntbprov.go.id/detail-berita-160-52-program-unggulan-menuju-ntb-gemilang.html>. Diakses tanggal 30 Mei 2023, Pukul 15.54 WITA.
- Hendrawan, R, A, M., Setyaningrum, I., dan Ariani, M. (2021). Perkembangan dan Dampak Positif dan Negatif E-Commerce bagi UMKM Sektor Furnitur dan Konsumen. *CALYPTRA*, 9(2), 1-12.
- Pricilia, E, C., dan Prodjo, A, W. 2024. 7 Alasan Pentingnya *E-Commerce* untuk UMKM. <https://umkm.kompas.com/read/2024/02/25/070000883/7-alasan-pentingnya-e-commerce-untuk-umkm>. Diakses tanggal , 2 Mei 2024, Pukul 10.28 WITA.
- Rusdi., Armiani., dan Murjana,M, I. (2023). Pengaruh Media Sosial, *E-Commerce*, dan Website Terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah. *Kompeten : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1(4), 169-177.
- Setyowati, L., dan Ahmad, N, D. (2021). Pemanfaatan Big Data Dalam Era Teknologi 5.0. *ABDINE : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2)Hal, 17-123.