

PELATIHAN *E-COMMERCE* PADA MASYARAKAT DESA PASIR TANGERANG BANTEN DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PENJUALAN PRODUK UMKM

Riri Fajriah¹⁾, Saruni Dwiasnati²⁾, Yuwan Jumaryadi³⁾
^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Mercu Buana

correspondent author: : riri.fajriah@mercubuana.ac.id¹⁾ saruni.dwiasnati@mercubuana.ac.id²⁾
yuwan.jumaryadi@mercubuana.ac.id³⁾

Diterima : 20 November 2024	Revisi : 1 Desember 2024	Disetujui : 10 Desember 2024	Diterbitkan: 20 Desember 2024
--------------------------------	-----------------------------	---------------------------------	----------------------------------

ABSTRAK

Pelatihan E-Commerce di Desa Pasir, Tangerang, Banten, dilaksanakan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM lokal melalui pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan ini bertujuan membekali pelaku UMKM dengan keterampilan pemasaran online, seperti penggunaan platform E-Commerce, teknik fotografi produk, strategi pemasaran digital, dan manajemen pesanan. Pelatihan diikuti oleh 50 peserta dengan metode ceramah, praktik langsung, dan pendampingan intensif. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap penggunaan teknologi digital untuk pemasaran. Dalam tiga bulan pasca pelatihan, terjadi peningkatan jumlah transaksi produk UMKM melalui platform online, yang menunjukkan keberhasilan kegiatan ini dalam mendorong transformasi digital UMKM. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal Desa Pasir di pasar nasional secara berkelanjutan dan menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi untuk daerah lain.

Kata Kunci : E-Commerce, UMKM, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Masyarakat, Daya Saing.

1. PENDAHULUAN

E-Commerce memungkinkan UMKM memasarkan produk mereka ke lebih banyak orang tanpa batasan geografis, meningkatkan daya saing mereka di pasar [1]. Namun, banyak UMKM di daerah pedesaan belum memanfaatkan teknologi ini sepenuhnya karena mereka tidak memahami atau memiliki keterampilan digital [2].

Desa Pasir di Tangerang, Banten, memiliki banyak potensi UMKM, terutama di bidang kerajinan dan makanan olahan. Sayangnya, pelaku UMKM di desa ini menghadapi dua kendala utama. Mereka tidak memiliki akses ke pelatihan teknologi digital dan tidak tahu strategi pemasaran kontemporer [3]. Oleh karena itu, diperlukan tindakan berupa pelatihan *E-Commerce* yang bertujuan untuk memberi tahu orang-orang tentang dan kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi digital untuk menjual barang mereka.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya untuk memberikan keterampilan teknis kepada pelaku UMKM, tetapi juga untuk mendorong transformasi digital yang berkelanjutan. Dengan metode ini, UMKM di Desa Pasir dapat menjadi lebih kompetitif di pasar lokal dan nasional. Studi ini berkonsentrasi pada penggunaan dan penilaian pelatihan *E-Commerce* sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat yang berbasis teknologi.

1.1. Analisis Situasi

Bisnis mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, tetapi banyak dari mereka belum memanfaatkan teknologi digital secara efektif [4]. Salah satu tantangan utama bagi UMKM dalam mengadopsi teknologi adalah kurangnya pengetahuan digital, terutama di era digital saat ini [5]. Transformasi digital UMKM juga dihambat oleh keterbatasan akses teknologi, terutama di wilayah pedesaan.

Desa Pasir di Tangerang, Banten, memiliki potensi UMKM yang besar, terutama dalam

bidang seni dan makanan olahan. Namun, karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform *E-Commerce*, usaha kecil dan menengah (UMKM) di desa ini masih menghadapi kendala dalam memasarkan produk mereka ke lebih banyak orang. Namun, tingkat adopsi *E-Commerce* di kalangan UMKM Indonesia masih tergolong rendah. Data menunjukkan bahwa hanya sekitar 13% dari total pelaku UMKM yang telah beralih ke media digital [6].

. Khusus di Pulau Jawa, skor adopsi digital di kalangan tenaga kerja dan UMKM mencapai 49 dari 100 poin, yang merupakan angka tertinggi dibandingkan wilayah lain di Indonesia. Di berbagai wilayah, pelatihan *E-Commerce* telah terbukti menguntungkan pelaku UMKM. Misalnya, pelatihan di Desa Kerinjing membantu pelaku UMKM meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis mereka melalui pemanfaatan *E-Commerce* [7].

Lebih dari 5.000 usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terdiri dari lebih dari 59.000 bisnis di Kabupaten Tangerang [8]. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum berhasil memanfaatkan platform digital untuk memasarkan barang mereka. Dua hambatan utama untuk kemajuan digital adalah keterbatasan dalam literasi digital dan ketidaktahuan tentang *E-Commerce* [9].

Selain literasi digital yang rendah, pelaku UMKM juga menghadapi tantangan dalam hal keterampilan teknis untuk mengelola toko online. Menurut penelitian, hanya sekitar 20-30% pelaku UMKM di Indonesia yang memiliki pemahaman mendalam tentang cara kerja platform *E-Commerce* [10]. Sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung dan dari mulut ke mulut, yang memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas [11]. Akibatnya, produk-produk UMKM dari wilayah pedesaan sering kali tidak dapat bersaing di pasar digital karena kurangnya promosi yang efektif dan daya tarik visual produk [12].

Hambatan lain adalah keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi yang memadai, seperti konektivitas internet yang stabil dan terjangkau. Sebuah laporan menyebutkan bahwa wilayah pedesaan, termasuk Desa Pasir, sering mengalami kesenjangan akses internet dibandingkan dengan wilayah perkotaan [13]. Hal ini menjadi tantangan besar karena platform e-commerce dan pemasaran digital membutuhkan koneksi internet yang baik untuk dapat diakses secara efektif [14]. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai, pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital, sehingga potensi bisnis mereka tetap belum maksimal.

Selain itu, banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki sumber daya untuk mengikuti pelatihan berbayar terkait e-commerce dan pemasaran digital. Padahal, menurut penelitian, pelatihan yang komprehensif dapat meningkatkan produktivitas UMKM hingga 40% [15]. Sayangnya, sebagian besar pelatihan yang tersedia terpusat di kota besar, menyulitkan pelaku UMKM di pedesaan untuk mengaksesnya [16]. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat seperti pelatihan e-commerce yang dilaksanakan di lokasi mitra menjadi solusi yang tepat untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Program pelatihan ini dapat membantu UMKM lokal memanfaatkan peluang digital dengan memberikan materi yang praktis dan aplikatif, sehingga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan program pelatihan e-commerce yang komprehensif bagi pelaku UMKM di Desa Pasir. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan literasi digital, memperluas akses pasar, dan meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan demikian, UMKM di Desa Pasir diharapkan dapat bertransformasi secara digital dan memberikan kontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian daerah. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, memperluas akses pasar, dan meningkatkan daya saing produk UMKM lokal. Dengan demikian, diharapkan UMKM di Desa Pasir dapat bertransformasi secara digital dan berkontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian daerah.

1.2. Permasalahan Mitra

Desa Pasir di Tangerang, Banten, memiliki potensi ekonomi yang besar karena produk UMKM, terutama yang berkaitan dengan kerajinan tangan dan makanan olahan. Namun, sebagian besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa ini menghadapi kesulitan dalam memasarkan barang-barang mereka ke lebih banyak orang. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital. Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) masih menggunakan strategi pemasaran konvensional seperti penjualan langsung dan pemasaran dari mulut ke mulut, yang membuat mereka lebih sulit untuk menjangkau pelanggan. Akibatnya, produk UMKM desa ini menghadapi tantangan dalam persaingan dengan produk dari daerah lain yang telah memanfaatkan platform *E-Commerce* dengan baik.

Salah satu masalah utama yang dihadapi mitra adalah kurangnya literasi digital. Sebagian besar pedagang UMKM tidak tahu cara memanfaatkan platform *E-Commerce* seperti Tokopedia, Shopee, atau media sosial untuk memasarkan produk mereka. Hal ini diperburuk oleh kekurangan kemampuan teknis yang diperlukan untuk membuat konten pemasaran digital, seperti mengambil foto produk yang menarik, menulis deskripsi produk yang menarik, dan mengelola pesanan online. Karena keterbatasan ini, UMKM tidak dapat memanfaatkan peluang di era digital untuk meningkatkan penjualan dan daya saing.

Selain kendala teknologi, kendala manajemen juga menjadi masalah. Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Pasir tidak memiliki struktur pengelolaan usaha yang baik, yang mencakup pencatatan keuangan yang transparan dan sistematis. UMKM menghadapi tantangan untuk berkembang karena kekurangan manajemen usaha profesional, terutama dalam memenuhi permintaan pasar yang meningkat melalui *platform* digital. Selain itu, hambatan lainnya adalah kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan iklan berbayar atau promosi berbasis algoritma.

Akses ke sumber daya pelatihan juga sangat penting. Sebagian besar pelatihan atau pendampingan UMKM berbasis teknologi diadakan di kota-kota besar, sehingga sulit bagi pelaku UMKM di pedesaan untuk mencapainya. Selain itu, biaya untuk mengikuti pelatihan ini menjadi kendala, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal. Ini menunjukkan betapa pentingnya aktivitas pengabdian masyarakat yang langsung mendekati solusi kepada mitra dengan metode yang praktis.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan *E-Commerce* dirancang untuk mengatasi masalah mitra dengan mempertimbangkan berbagai masalah tersebut. Pengelolaan bisnis berbasis teknologi, strategi pemasaran, dan pemahaman tentang platform digital dibahas dalam pelatihan ini. Diharapkan program ini dapat menjadi solusi komprehensif untuk meningkatkan literasi digital, memperluas pasar, dan mendorong transformasi digital usaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Pasir. Program ini akan meningkatkan kapasitas UMKM dan membantu pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

2. SOLUSI TARGET DAN LUARAN

2.1 Solusi

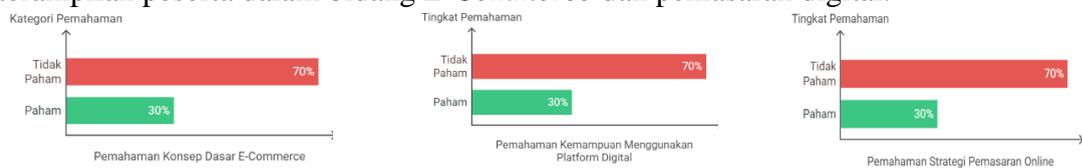
***Pre Test* Untuk Mengukur Pengetahuan Awal**

Sebelum pelatihan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Desa Pasir dimulai, tes pra-pelatihan dilakukan untuk mengukur pengetahuan awal peserta tentang *E-Commerce* dan pemasaran digital. Tes ini mencakup pemahaman peserta tentang konsep dasar *E-Commerce*, kemampuan untuk menggunakan platform digital, dan strategi pemasaran online. Hasil tes ini digunakan untuk menentukan seberapa mahir peserta dengan teknologi dan menyesuaikan metode pelatihan untuk memenuhi kebutuhan mereka.



Gambar 1. Pelaksanaan *Pre Test* Kepada Para Peserta Kegiatan Pengabdian Masyarakat Desa Pasir

Dari hasil *Pre Test*, terlihat bahwa mayoritas peserta (70%) tidak memahami konsep dasar *E-Commerce*, kemampuan menggunakan platform digital, dan strategi pemasaran online. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memerlukan pendekatan yang lebih mendalam dan praktis dalam pelatihan yang akan dilaksanakan. Dengan demikian, metode pelatihan akan disesuaikan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam bidang *E-Commerce* dan pemasaran digital.



Gambar 2. Grafik Hasil Pelaksanaan *Pre Test* Kepada Para Peserta Kegiatan Pengabdian Masyarakat Desa Pasir

Tes *Pre Test* memberikan gambaran yang jelas tentang tingkat pemahaman peserta sebelum pelatihan dimulai. Dengan hasil yang menunjukkan 70% peserta tidak paham, pelatihan perlu dirancang dengan lebih fokus pada pengenalan dasar-dasar *E-Commerce* dan pemasaran digital. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta secara signifikan.

Pengenalan *E-Commerce*

Tahap awal pelatihan meliputi pengenalan konsep dasar e-commerce. Materi ini mencakup manfaat penggunaan *E-Commerce* dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing produk UMKM. Peserta diperkenalkan pada platform populer seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada, serta media sosial seperti Instagram dan Facebook sebagai sarana pemasaran digital.

Pelatihan Praktis Pembuatan Akun dan Toko Online

Peserta diajarkan cara membuat akun di platform *E-Commerce* dan mendesain toko online. Pelatihan meliputi pengaturan profil, pengunggahan foto produk, penulisan deskripsi produk yang menarik, serta penentuan harga kompetitif. Para peserta juga dilatih menggunakan fitur-fitur promosi di platform yang relevan.

Fotografi dan Desain Konten Produk

Peserta mendapatkan pelatihan fotografi produk menggunakan alat sederhana, seperti ponsel, dengan fokus pada pencahayaan dan komposisi. Mereka juga diajarkan membuat konten visual yang menarik untuk media sosial menggunakan aplikasi desain seperti Canva, termasuk pembuatan poster promosi.

Strategi Pemasaran Digital

Pelatihan ini mencakup materi tentang strategi pemasaran digital, seperti penggunaan iklan berbayar di media sosial, teknik optimasi konten (SEO), serta cara meningkatkan visibilitas produk di beberapa platform *E-Commerce*. Peserta dilatih untuk memahami pola perilaku pelanggan online dan cara memanfaatkan algoritma platform untuk keuntungan bisnis mereka.

Manajemen Pesanan dan Keuangan Digital

Untuk memastikan keberlanjutan usaha, peserta diajarkan cara mengelola pesanan dan keuangan menggunakan aplikasi sederhana seperti BukuKas atau CatatanKeuangan. Materi ini mencakup pencatatan alur kas, pengelolaan stok, dan cara merespons pesanan pelanggan secara efisien.

Post Test Untuk Mengukur Keberhasilan Pelatihan

Setelah pelatihan selesai, dilakukan *Post Test* untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Tes ini dirancang untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi pelatihan, termasuk kemampuan teknis dalam mengoperasikan toko online dan menerapkan strategi pemasaran. Perbandingan hasil *Pre Test* dan *Post Test* digunakan untuk menilai efektivitas pelatihan.

Pedampingan dan Evaluasi

Direncanakan bahwa selama tiga bulan setelah pelatihan, tim pengabdian masyarakat melakukan pendampingan intensif kepada peserta. Proses ini mencakup pemantauan perkembangan toko online, pemberian saran atas kendala yang dihadapi, dan evaluasi keberhasilan implementasi materi pelatihan. Pendampingan ini memastikan peserta mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh untuk keberlanjutan usaha mereka.

2.2 Target Capaian

Target utama dari pelaksanaan kegiatan ini adalah meningkatkan literasi digital pelaku UMKM di Desa Pasir sehingga mereka mampu memanfaatkan platform *E-Commerce* untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Dengan pengetahuan yang diberikan, peserta diharapkan memahami konsep *E-Commerce*, mampu membuat toko online, serta memanfaatkan fitur-fitur promosi di platform digital seperti Tokopedia, Shopee, Instagram, atau Facebook. Hal ini bertujuan agar produk lokal dari Desa Pasir dapat bersaing di pasar digital, tidak hanya dalam lingkup lokal tetapi juga nasional. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam pembuatan konten pemasaran digital yang menarik dan profesional. Peserta dilatih menggunakan teknik fotografi sederhana dan aplikasi desain seperti Canva untuk menghasilkan materi promosi yang berkualitas. Dengan demikian, mereka dapat menarik perhatian calon pembeli melalui visual produk yang menarik, deskripsi produk yang informatif, dan strategi pemasaran digital yang relevan. Target ini diharapkan dapat mendorong peningkatan penjualan produk UMKM secara signifikan.

Capaian lain yang menjadi sasaran adalah kemampuan manajerial pelaku UMKM dalam mengelola pesanan dan keuangan secara digital. Dengan menggunakan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan, peserta diharapkan mampu mengelola usaha mereka secara lebih efisien dan transparan. Selain itu, dengan adanya pendampingan pasca pelatihan, target lainnya adalah tercapainya keberlanjutan penerapan materi pelatihan. Keberhasilan pelaksanaan ini diukur melalui peningkatan jumlah transaksi online, penambahan pelanggan, dan pengelolaan usaha yang lebih baik. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Target capaian lainnya

pada kegiatan ini yaitu dimana diharapkan pada Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital siswa SMA dengan memperkenalkan konsep e-commerce dan pentingnya teknologi dalam mendukung ekonomi digital. Siswa diharapkan dapat memahami bagaimana platform digital berperan dalam memperluas peluang usaha, baik sebagai pelaku bisnis maupun sebagai pendukung pengembangan UMKM lokal. Dengan pemahaman ini, mereka akan memiliki wawasan lebih luas mengenai peran teknologi dalam dunia kerja dan bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tempat dan Waktu Pelatihan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan pada Hari Jumat, Sabtu dan Minggu Tanggal (20,21 dan 22 Desember 2024) dengan mengambil lokasi pelaksanaan di Desa Pasir Kecamatan Kronjo Kabupaten Tangerang Banten 15550. Adapun pelaksana Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah tim dosen pengajar serta para mahasiswa dari Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Mercu Buana.

2. Peserta Pelatihan

Peserta pelatihan dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjumlah 50 orang yang terdiri dari siswa -siswi SMA Nusantara dan Masyarakat Desa Pasir.

3. Teknik Pelatihan

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain :

a) Tahap Persiapan

Dalam tahap ini para peserta diberikan pengetahuan tentang :

- Koordinasi dengan Kepala Desa Pasir dan Kepala Sekolah serta guru-guru di SMA Nusantara yang berlokasi di Desa Pasir.
- Mensosialisasikan rencana program Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang akan dilaksanakan.
- Menyusun modul pelatihan oleh tim pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat untuk disampaikan kepada peserta.

b) Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Dalam tahap ini peserta diberikan pelatihan :

- Pelaksanaan program dengan memastikan bahwa sarana dan prasarana tersedia dengan baik seperti adanya laptop dan handphone smartphone yang digunakan oleh peserta. Untuk laptop difasilitasi oleh pihak pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat yaitu tim dosen dan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Fasilkom Universitas Mercu Buana.
- Memastikan pada lokasi kegiatan tersedia meja bagi peserta untuk melaksanakan pelatihan dengan nyaman.
- Tim Dosen dan Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Fasilkom Universitas Mercu Buana melakukan sosialisasi, pengajaran dan pelatihan kepada para peserta untuk dapat menggunakan platform *E-Commerce* dengan baik untuk memasarkan produk jualan dengan efektif.

c) Tahap Akhir

Tahap akhir terdiri dari pembuatan laporan hasil kegiatan dan pengumpulan laporan hasil kegiatan. Dalam pelaksanaan ini terdapat beberapa kriteria yang akan menjadi tolak ukur dasar pencapaian dari kegiatan ini yaitu :

- Peserta dapat membuat akun *E-Commerce*, mendesain toko online, mengunggah produk dengan deskripsi yang baik, serta menggunakan strategi pemasaran digital.
- Hasil perbandingan *Pre Test* dan *Post Test* yang diberikan kepada peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Indikatornya adalah peningkatan nilai rata-rata, yang menunjukkan pemahaman peserta terhadap konsep dasar *E-Commerce*, kemampuan membuat toko online, serta strategi pemasaran digital.
- Keberhasilan pelatihan dalam aspek fotografi dan desain konten ditandai dengan meningkatnya kualitas visual produk yang diunggah oleh peserta. Hal ini mencakup penggunaan foto produk yang menarik, poster promosi yang kreatif, dan konten media sosial yang relevan.
- Melalui survei atau wawancara pasca-pelatihan, tingkat kepuasan peserta terhadap materi, metode, dan manfaat pelatihan diukur. Indikator ini mencerminkan efektivitas pendekatan yang digunakan selama kegiatan.

4. Bahan Materi Yang akan diajarkan

Materi pertama berfokus pada pengenalan konsep *E-Commerce*, jenis-jenis platform yang tersedia, dan manfaat penggunaannya untuk UMKM. Peserta diajarkan tentang bagaimana *E-Commerce* membantu memperluas jangkauan pasar, mengurangi biaya pemasaran, dan meningkatkan efisiensi transaksi. Diskusi juga mencakup tren pasar digital di Indonesia serta studi kasus keberhasilan UMKM yang telah beralih ke platform digital.

Selanjutnya, peserta belajar membuat akun di platform *E-Commerce* populer seperti Shopee, Tokopedia, atau Lazada. Materi ini meliputi langkah-langkah pendaftaran, pengaturan profil toko, cara mengunggah foto produk, menulis deskripsi yang menarik, dan menentukan harga yang kompetitif. Selain itu, peserta diajarkan untuk memanfaatkan fitur-fitur tambahan seperti promosi, diskon, dan ulasan pelanggan untuk meningkatkan daya tarik toko mereka.

Peserta diajarkan teknik fotografi produk menggunakan alat sederhana, seperti ponsel. Materi ini mencakup tips pengaturan pencahayaan, sudut pengambilan gambar, latar belakang yang bersih, dan komposisi foto agar produk terlihat lebih menarik dan profesional. Foto yang baik diyakini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.

Dalam sesi ini, peserta dikenalkan dengan software Canva, sebuah aplikasi desain yang mudah digunakan untuk membuat materi promosi. Peserta diajarkan cara menggunakan template desain untuk membuat poster, katalog, dan gambar promosi produk. Materi juga mencakup penyesuaian warna, font, dan elemen desain agar sesuai dengan identitas merek. Dengan desain yang menarik, produk lebih berpotensi menarik perhatian pembeli di platform *E-Commerce* dan media sosial.

Materi terakhir berfokus pada pembuatan strategi pemasaran digital berbasis konten. Peserta diajarkan bagaimana menggunakan foto dan desain yang telah dibuat untuk kampanye promosi di media sosial seperti Instagram dan Facebook. Materi ini meliputi penjadwalan unggahan, penggunaan tagar yang relevan, serta cara meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Penekanan diberikan pada pentingnya konsistensi dan kreativitas untuk membangun loyalitas konsumen di dunia digital.

5. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Beberapa dokumentasi dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilaksanakan yaitu sebagai berikut :



Gambar 3. Sosialisasi Materi Pelatihan Pada Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Pasir oleh Tim Dosen Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Mercu Buana

Selain itu mahasiswa dari Himpuan Mahasiswa Sistem Informasi Fasilkom Universitas Mercu Buana juga membantu juga membantu Kegiatan Kepada Masyarakat untuk memberikan pelatihan kepada peserta, yaitu :



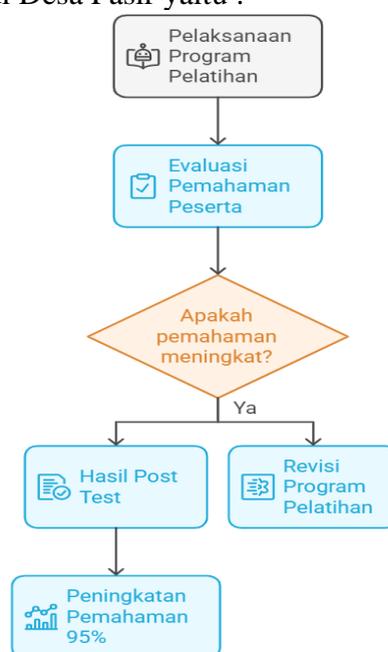
Gambar 4. Tim Mahasiswa Himsisfo Fasilkom Universitas Mercu Buana Membantu Pelatihan *E-Commerce* pada Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Pasir

Selanjutnya selesai pelatihan peserta juga diminta untuk mengisi *Post Test* untuk evaluasi terhadap hasil pelatihan mengenai pengenalan dan penggunaan *E-Commerce* yaitu :



Gambar 5. Pelaksanaan *Post Test* Kepada Para Peserta Kegiatan Pengabdian Masyarakat Desa Pasir

Berdasarkan hasil *Post Test* yang sudah dilakukan hasil evaluasi dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Pasir yaitu :



Gambar 6. Evaluasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat Desa Pasir

1. Pemahaman Konsep Dasar *E-Commerce*

- Presentase Pemahaman Peserta mencapai 95%
- Deskripsi : Peserta menunjukkan pemahaman yang kuat mengenai definisi *E-Commerce*, jenis-jenis *E-Commerce*, serta manfaat dan tantangan yang dihadapi dalam dunia *E-Commerce*.

2. Kemampuan Menggunakan Platform Digital

- Presentase Pemahaman Peserta mencapai 95%

- Deskripsi : Peserta telah mampu mengoperasikan berbagai platform digital yang umum digunakan dalam *E-Commerce*, termasuk cara mendaftar, mengelola produk, dan melakukan transaksi.

3.Pemahaman Strategi Pemasaran Online

- Presentase Pemahaman Peserta mencapai 95%
- Deskripsi : Peserta memahami berbagai strategi pemasaran online, seperti SEO, media sosial, dan email marketing, serta bagaimana menerapkannya untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk.

Dengan hasil *Post Test* yang menunjukkan presentase 95% dalam pemahaman ketiga aspek tersebut, dapat disimpulkan bahwa peserta yang telah mengikuti Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam *E-Commerce*. Hal ini menjadi modal yang kuat untuk menerapkan ilmu yang telah didapat dalam praktik bisnis yang lebih luas.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan *E-Commerce* dan desain konten visual yang dilaksanakan di Desa Pasir telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknis para peserta, yang mayoritas adalah pelaku UMKM. Hasil post-test menunjukkan bahwa 95% peserta telah memahami konsep dasar e-commerce, penggunaan platform digital, dan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, peserta juga mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh, seperti membuat toko online, mengunggah produk dengan deskripsi menarik, serta menggunakan aplikasi Canva untuk menghasilkan konten promosi berkualitas. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM untuk lebih kompetitif di pasar digital, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal.

Saran

Untuk mendukung keberlanjutan kegiatan ini, diperlukan pendampingan lanjutan bagi para peserta agar mereka dapat memaksimalkan potensi teknologi digital yang telah diajarkan. Disarankan untuk membentuk kelompok diskusi atau komunitas berbasis digital yang memungkinkan peserta berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi terkait implementasi *E-Commerce*. Selain itu, program serupa dapat diperluas ke wilayah lain yang memiliki karakteristik serupa untuk meningkatkan inklusi digital secara lebih merata. Kerja sama dengan pemerintah daerah dan penyedia platform e-commerce juga dapat ditingkatkan untuk memberikan pelatihan lanjutan yang lebih spesifik, seperti pengelolaan logistik dan pemasaran internasional. Dengan langkah-langkah ini, dampak positif kegiatan pengabdian masyarakat dapat terus dirasakan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kurniawan, A., & Rahmawati, D. (2022). *Peran teknologi dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Digital, 5(3), 45-56.
- [2] Sari, A. R., & Widodo, T. (2021). *Tantangan digitalisasi UMKM di daerah pedesaan: Studi kasus*. Jurnal Inovasi dan Teknologi, 4(2), 12-20.
- [3] Rahman, H., Yusra, N., & Priyanto, E. (2020). *Analisis kebutuhan pelaku UMKM terhadap pelatihan teknologi digital*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(1), 78-85.
- [4] Kompasiana. (2024). *Kurangnya Pengetahuan Digital pada UMKM menjadi Tantangan dalam Era Digital*. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/rifkyaryo3883/66dda373c925c45a834adf73/kurangnya->

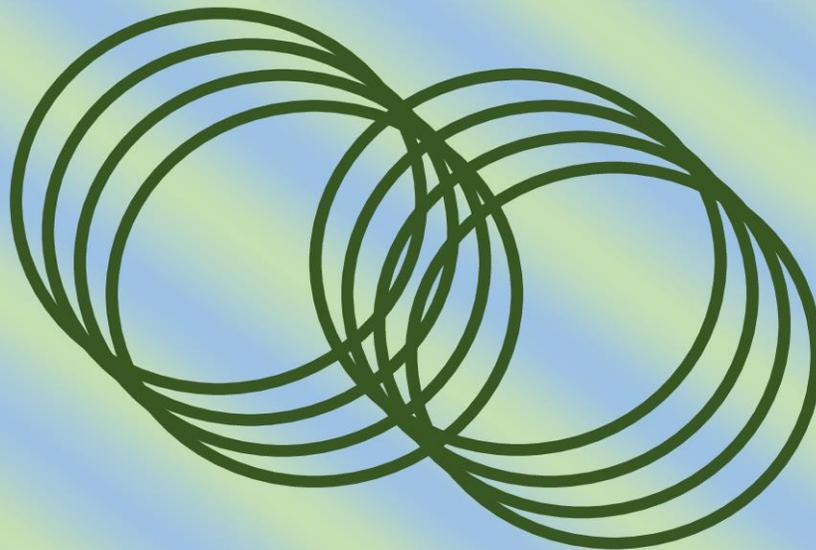
- pengetahuan-digital-pada-umkm-menjadi-tantangan-dalam-era-digital?utm_source=chatgpt.com. [Accessed: Nov. 20, 2024].
- [5] Kumparan. (2024). *Transformasi Digital UMKM di Tengah Pandemi: Peluang dan Tantangan*. Diakses dari https://kumparan.com/opini-sister/transformasi-digital-umkm-di-tengah-pandemi-peluang-dan-tantangan-23dwVh5XfTQ?utm_source=chatgpt.com. [Accessed: Nov. 20, 2024].
- [6] LPPM ITK. "Analisis Adopsi Penggunaan E-commerce Berdasarkan TOE pada UMKM di Kota Balikpapan," *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat ITK*. [Online]. Available: <https://lppm.itk.ac.id/detail-hasil-penelitian/analisis-adopsi-penggunaan-e-commerce-berdasarkan-toe-pada-umkm-di-kota-balikpapan>. [Accessed: Nov. 20, 2024].
- [7] Bashir, A., Susetyo, D., Hidayat, A., Hamira, H., & Tyas Aini, B. (2020). *Pelatihan E-commerce pada Industri Rumah Tangga di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir*. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 17-24.
- [8] Pemerintah Kabupaten Tangerang. "Pemkab Dukung dan Prioritaskan UMKM," *Website Resmi Kabupaten Tangerang*. [Online]. Available: <https://tangerangkab.go.id/detail-berita/pj-bupati-tangerang-pemkab-dukung-dan-prioritaskan-umkm>. [Accessed: Nov. 20, 2024].
- [9] Arimbi. "Analisis Transformasi Digital pada UMKM," *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Kebijakan dan Manajemen*. [Online]. Available: <https://prosiding.arimbi.or.id/index.php/PROSEMNASIMKB/article/download/13/45/203>. [Accessed: Nov. 20, 2024].
- [10] Katadata, "Persentase UMKM yang Memanfaatkan E-Commerce," *Databoks Katadata*, 2024. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/>. [Accessed: Nov. 20, 2024].
- [11] D. Prasetyo, "Analisis Pemasaran Tradisional dan Digital pada UMKM," *Jurnal Ekonomi Digital*, vol. 5, no. 2, pp. 34-45, 2024.
- [12] A. Nugroho, "Pengaruh Promosi Digital terhadap Daya Saing Produk UMKM," *Jurnal Pemasaran Indonesia*, vol. 7, no. 1, pp. 11-20, 2023.
- [13] Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI), "Kesenjangan Digital di Indonesia," *Laporan Tahunan BAKTI*, 2023.
- [14] W. Sulistyowati, "Infrastruktur Teknologi sebagai Penunjang E-Commerce di Wilayah Pedesaan," *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, vol. 8, no. 3, pp. 23-31, 2023.
- [15] R. Hartono, "Efektivitas Pelatihan Digital terhadap Produktivitas UMKM," *Jurnal Pengembangan Sumber Daya Manusia*, vol. 10, no. 4, pp. 56-65, 2024.
- [16] L. Sari, "Aksesibilitas Pelatihan Digital untuk UMKM di Daerah," *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Lokal*, vol. 6, no. 2, pp. 14-22, 2023.

VOLUME 6 NOMOR 2 DESEMBER 2024

ISSN : 2686-0287

SINERGI

JURNAL PENGABDIAN kepada MASYARAKAT



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS TEKNIK



JURNAL PENGABDIAN kepada MASYARAKAT **SINERGI**

Pelindung

Dekan Fakultas Teknik

PenanggungJawab

Hernalom Sitorus, S.Kom., M.Kom

Dewan Redaksi

Dr. Prionggo Hendradi, S.Kom., MMSI

Dr. Yusriani Sapta Dewi, M.Si

Nurul Chafid, S.Kom., M.Kom

Mitra Bestari

Dr. Rofiq Sunaryanto, M.Si (BRIN)

Dr. Rufman Iman Akbar E., MM.,
M.Kom (Universitas Pembangunan
Jaya)

Ir. Asep Jatmika, MM (DLH)

Ir. Rahmawati, M.Si (DLH)

Ir. Mudarisin, ST., MT (BNSP)

Penyunting Pelaksana

Wawan Kurniawan S.Kom., M.Kom

JURNAL SINERGI merupakan Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat yang menyajikan hasil-hasil kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berupa penerapan berbagai bidang ilmu diantaranya pendidikan, teknik, sosial humaniora, komputer dan pengembangan serta penerapan Ipteks model atau konsep dan atau implementasinya dalam rangka peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Redaksi menerima naskah artikel dari siapapun yang mempunyai perhatian dan kepedulian pada pengembangan teknologi lingkungan. Pemuatan artikel di Jurnal ini dapat dikirim ke alamat Penerbit. Informasi lebih lengkap untuk pemuatan artikel dan petunjuk penulisan artikel tersedia pada halaman terakhir yakni pada Pedoman Penulisan Jurnal Sinergi atau dapat dibaca pada setiap terbitan. Artikel yang masuk akan melalui proses seleksi editor atau mitra bestari.

Jurnal ini terbit secara berkala sebanyak dua kali dalam setahun yakni bulan Juni dan Desember serta akan diunggah ke Portal resmi Kemenristek Dikti. Pemuatan naskah dipungut biaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Alamat Penerbit / Redaksi

Fakultas Teknik

Universitas Satya Negara Indonesia

Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Kebayoran Lama Utara

Jakarta Selatan 12240 – Indonesia

Telp. (021) 7398393/7224963. Hunting, Fax 7200352/7224963

Homepage : <https://teknik.usni.ac.id/>

<http://ojs-teknik.usni.ac.id/index.php/sgi>

E-mail :

prionggo.hendradi@gmail.com

yusrianisaptadewi@usni.ac.id

Frekuensi Terbit

2 kali setahun : Juni dan Desember

DAFTAR ISI

PENYULUHAN KEPEMIMPINAN STRATEGIS KJA ACE SOLUSINDO Hadi Cahyadi, Metio Alberto, Nicholas Richardson dan Agus Wahyono	1 - 6
STRATEGI OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN PASAR DI ERA INDUSTRI 4.0 Anita Ratnasari, Wachyu Hari Haji, Vina Ayumi, Sri Dianing Asri	7 - 13
PENYULUHAN PENGEMBANGAN SDM UMKM DI LINGKUNGAN RT012/09, KEBAYORAN LAMA UTARA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN Guston Sitorus, GL. Hery Prasetya, Yuslinda Nasution, Lucy Nancy	14 - 22
PEMBUATAN VIDEO PEMBELAJARAN MATA KULIAH PENGANTAR AKUNTANSI KEPADA PT. CERDASKAN KEHIDUPAN BANGSA Fanny Magdalena, Metio Alberto, Nicholas Richardson dan Agus Wahyono	23 – 27
PELATIHAN <i>E-COMMERCE</i> PADA MASYARAKAT DESA PASIR TANGERANG BANTEN DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PENJUALAN PRODUK UMKM Riri Fajriah, Saruni Dwiasnati, Yuwan Jumaryadi	28 – 38
PEMANFAATAN TEKNOLOGI VIRTUAL REALITY (VR) UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS HIDUP LANSIA MELALUI SIMULASI INTERAKTIF Anita Ratnasari, Vina Ayumi, Sri Dianing Asri	39 – 44
PELATIHAN PENGGUNAAN INTERNET DAN SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KEGIATAN PRODUKTIF BAGI MASYARAKAT Pualam Dipa Nusantara	45 – 48