

## Digitalisasi dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di Era E-Commerce bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Wijaya Kesuma Jakarta Barat

I Gede Adiputra\*<sup>1</sup>, Valerian Kenzhi Darmawan<sup>2</sup>, Florencia Devi<sup>3</sup>, Jovin Grace<sup>4</sup>,  
Marvel Susanto<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonom dan Bisnis, Universitas Trumanagara, Jakarta, Indonesia

\*Email: [gedea@fe.untar.ac.id](mailto:gedea@fe.untar.ac.id)

### Abstrak

Pemanfaatan teknologi informasi dan sistem informasi berdampak setiap tahun terhadap pertumbuhan UMKM. Salah satu teknologi yang membantu UMKM dan perdagangan tumbuh di era modern adalah e-commerce. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin banyak berpartisipasi dalam e-commerce. Keluarga Pemuda Hindu Dharma Suka-Duka (KPSHD) di Desa Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat, sangat aktif dalam menjalankan bisnis sebagai pelaku UMKM dan kegiatan lain yang dapat meningkatkan standar hidup dan pengetahuan warganya. Kebutuhan warga akan informasi telah memicu reaksi positif dari para pelaku bisnis daring, dan LPPM Universitas Tarumanagara telah menindaklanjutinya dengan proyek pengabdian masyarakat. Proyek pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pertumbuhan UMKM melalui media promosi e-commerce, khususnya terkait pemasaran produk. Teknik pelatihan offline digunakan dalam proses pelaksanaan pelatihan. Sebuah aplikasi e-commerce yang dapat membantu inisiatif pemasaran dengan fitur yang memenuhi kebutuhan dan melindungi hak kekayaan intelektual merupakan hasil dari kegiatan PKM ini. Temuan dari proyek pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pemahaman dan kesiapan UMKM dalam menggunakan e-commerce dan kecerdasan buatan (AI) dipengaruhi secara positif oleh pelatihan digitalisasi. Pengetahuan peserta tentang taktik pemasaran digital, penggunaan platform e-commerce, dan penggunaan AI di perusahaan mereka meningkat secara signifikan, menurut temuan pra dan pasca-tes.

**Kata kunci:** E-Commerce; Kewirausahaan; KPSHD; Pelatihan; UMKM

### Abstract

The utilization of information technology and information systems has an annual impact on the growth of MSMEs. One of the technologies that helps MSMEs and trade grow in the modern era is e-commerce. Micro, Small, and Medium-Sized Businesses (MSMEs) are increasingly participating in e-commerce. The Suka-Duka Hindu Dharma Youth Family (KPSHD) in Wijaya Kusuma Village, Grogol Petamburan District, West Jakarta, is very active in doing business as MSME actors and other activities that can raise the standard of life and knowledge of its inhabitants. Residents' need for information has led to a favorable reaction from internet retailers, and LPPM Tarumanagara University has followed up with community service projects. This community service project aims to support MSMEs' growth via e-commerce promotional media, particularly with regard to product marketing. Offline training techniques are used in the training implementation process. An e-commerce application that can assist marketing initiatives with features that meet the demands and protect intellectual property rights is the result of this PKM activity. The findings of this community service project show that MSMEs' comprehension and preparedness to use e-commerce and artificial intelligence (AI) are positively impacted by digitalization training. Participants' knowledge of digital marketing tactics, the usage of e-commerce platforms, and the use of AI in their enterprises significantly increased, according to pre- and post-test findings.

**Keywords:** E-Commerce; Entrepreneurship; KPSHD; Training; MSMEs

## 1. PENDAHULUAN

Sektor korporasi dapat memperoleh banyak manfaat dari internet. Saat menggunakan internet, individu perlu berhati-hati. Selain banyak kemudahan yang disediakan, ada beberapa bahaya yang dapat membahayakan konsumen, terutama selama transaksi. Banyak pengguna internet memanfaatkan berbagai kemudahan yang disediakan oleh internet untuk berbagai

tujuan, termasuk jual beli. E-commerce adalah istilah yang lebih populer untuk penggunaan internet ini. (Achjari. 2000).

Internet adalah jaringan komputer global yang dapat diakses publik yang mengirimkan data menggunakan paket berdasarkan standar Protokol Internasional (IP). Lebih detailnya, Internet adalah jaringan komputer global yang terdiri dari jutaan unit kecil. Selain itu, Internet memudahkan pencarian dan akses berbagai informasi, mulai dari yang "tidak mulia" (seperti mengunjungi situs web pornografi) hingga yang sangat "mulia" (seperti studi, sains, dan organisasi). Kenyamanan, konektivitas, jangkauan global, efisiensi, interaktivitas, ruang alternatif dan pilihan yang relatif "tidak terbatas", personalisasi, sumber informasi, potensi, dan aspek lain dari manfaat Internet adalah faktor-faktor lain yang berkontribusi pada popularitasnya sebagai media komunikasi, hiburan, dan bisnis.

Pada akhirnya, teknologi informasi yang awalnya dirancang untuk mengotomatisasi tugas-tugas administratif mungkin dimanfaatkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Salah satu jenis teknologi informasi yang telah banyak digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah internet. Misalnya, Federal Express menggunakan internet untuk melacak keberadaan surat atau paket yang dikirim, selain mengurangi biaya komunikasi. Selain itu, bisnis dapat meningkatkan kinerja mereka berkat internet.

Laudon dan Laudon (1998) mendefinisikan *electronic commerce* sebagai: "*The process of buying and selling goods electronically by consumers and from company to company through computerized business transaction*". Berdasarkan uraian di atas, e-commerce terdiri dari tiga komponen utama: Pertama, prosedur pembelian dan penjualan elektronik. Kedua, keberadaan pelanggan atau bisnis. Terakhir, transaksi bisnis dilakukan menggunakan jaringan komputer internet. Ponsel umumnya digunakan untuk komunikasi, pendidikan daring, dan kebutuhan sehari-hari seperti GoFood, GoPay, dan ojek daring. E-commerce dapat diakses oleh siswa di berbagai tingkatan. Beberapa orang hanya menggunakan email untuk tugas-tugas tertentu, seperti pembeli dan penjual internet yang belum berpengalaman. Perdagangan elektronik, atau e-commerce, telah diakui sebagai cara untuk melakukan bisnis menggunakan jaringan komputer sejak akhir tahun 1970-an dan awal 1980-an. Pertukaran Data Elektronik (EDI) memungkinkan transaksi penjualan antar bisnis, yang merupakan generasi pertama e-commerce.

Banyak masalah hukum yang secara langsung dan tidak langsung terlibat dalam transaksi penjualan internet ini. Siapa pun yang memiliki komputer dan modem dapat menonton saluran daring. Dengan menghubungkan komputer ke saluran telepon, modem memungkinkan akses ke berbagai sumber informasi daring. Pemasaran daring sering disebut sebagai e-commerce. E-commerce adalah jenis bisnis elektronik. Setiap jenis transaksi yang melibatkan penggunaan sarana elektronik untuk menukar produk atau jasa umumnya disebut sebagai e-commerce. Penggunaan internet adalah penekanan eksklusif dari media elektronik yang dijelaskan di sini..

Riyadi mengklaim bahwa Heru, Susilo, dan Miftah Maulana. (2015) Praktik membeli, menjual, atau memperdagangkan barang, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer dikenal sebagai perdagangan elektronik, atau E-Commerce. E-commerce adalah bagian dari e-bisnis, yang mencakup lebih dari sekadar perdagangan; ini juga mencakup dukungan pelanggan, kolaborasi mitra bisnis, lowongan pekerjaan, dll. E-commerce tidak hanya melibatkan teknologi jaringan internet tetapi juga teknologi basis data atau basis data, email atau surat elektronik (email), dan jenis teknologi non-komputer lainnya termasuk alat pembayaran dan sistem pengiriman produk. E-commerce adalah jenis aktivitas ekonomi yang menggunakan jaringan komputer, khususnya internet, untuk menghubungkan pelanggan, produsen, penyedia layanan, dan pedagang perantara.

Era globalisasi yang tak terhindarkan telah dimulai oleh teknologi, yang telah menyatukan orang-orang. Komunitas dan ekonomi baru telah muncul seiring dengan lenyapnya perbedaan nasional. Kontradiksi sosial telah muncul akibat tekanan globalisasi dan arus pengetahuan teknologi, yang telah mendorong sistem nilai, perilaku, dan gaya hidup yang lebih kontemporer dan universal. Internet digunakan dalam banyak aspek kehidupan dan berkembang pesat karena kemajuan teknologi. Penggunaan internet yang positif, seperti menggunakan internet untuk jual beli online, akan memiliki pengaruh signifikan terhadap kehidupan. Siswa yang diajarkan

informasi ini sejak usia muda pasti akan mendapatkan manfaatnya di kemudian hari ketika mereka memilih untuk berjuang demi masa depan yang sejahtera.

Menurut Tirtana dkk. (2020), e-commerce adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui penggunaan teknologi informasi yang dapat diakses melalui situs web atau perangkat seluler dengan media telekomunikasi berupa jaringan internet. Baik pelanggan bisnis-ke-bisnis (B2B) maupun bisnis-ke-konsumen (B2C) dapat merasakan dampak teknologi e-commerce. Peningkatan efektivitas dan efisiensi perusahaan merupakan salah satu alasan mengapa perusahaan menggunakan e-commerce saat ini. Hal ini karena dapat menghemat tenaga kerja, pemasaran, dan biaya operasional. Selain itu, karena dukungan internet memungkinkan jangkauan pelanggan yang lebih cepat dan lebih luas, e-commerce meningkatkan efektivitas. Hal ini dimungkinkan berkat kemampuan perusahaan untuk mengoperasikan toko virtual sepanjang waktu dan menampilkan detail produk serta instruksi pembelian secara jelas di situs web mereka. Bersamaan dengan kemudahan visual yang jelas dan informasi produk yang komprehensif—yang bahkan dapat diperkuat dengan animasi dan video produk—konsumen juga mendapatkan keuntungan dari biaya penginapan yang lebih rendah. (Mumtahana dkk., 2017).

Pentingnya intervensi berbasis digital di sektor bisnis semakin terlihat dalam keberhasilan UMKM beradaptasi selama periode disrupsi ekonomi, seperti saat pandemi Covid-19. Banyak UMKM yang berhasil beralih ke platform digital untuk mempertahankan operasional bisnis mereka, menegaskan perlunya dukungan berkelanjutan guna memastikan adopsi teknologi yang berkesinambungan (Layman et al., 2022; Muridzi, 2024). Dalam konteks persaingan usaha, membangun ekosistem digital yang mendukung akan sangat krusial dalam mengatasi tantangan operasional yang dihadapi oleh UMKM lokal. Mendorong inovasi dan keterlibatan digital tidak hanya akan meningkatkan keberlanjutan bisnis, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi jangka panjang di wilayah tersebut.

Kesimpulannya, daya saing dan ketahanan bisnis UMKM dapat ditingkatkan secara signifikan dengan meningkatkan keterampilan digital mereka. UMKM dapat lebih berhasil beradaptasi dengan ekonomi digital dan memastikan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan sekaligus mendukung tujuan pembangunan ekonomi yang lebih umum dengan menerapkan langkah-langkah terorganisir dan membentuk aliansi strategis.

Adopsi digitalisasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat dipahami melalui tiga teori utama yang saling berkaitan: Teori Inovasi Teknologi, Teori Keunggulan Bersaing, dan Teori Transformasi Digital dalam Bisnis. Ketiga teori ini bersama-sama membentuk kerangka kerja yang kuat dalam menganalisis bagaimana UMKM dapat bertransisi secara efektif menuju entitas berbasis digital, terutama dalam konteks industri pariwisata.

**Keluarga Pemuda Suka-Duka Hindu Dharma (KPSHD)** merupakan wadah bagi pemuda-pemudi Hindu di berbagai daerah adalah lembaga swadaya masyarakat non profit yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat di tingkat Pura atau wilayah lainnya. Sejalan dengan hal itu, KPSHD Desa Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat, menawarkan konseling pemuda sebagai pengabdian masyarakat. KPSHD Desa Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat, berkembang dengan cara yang melampaui kegiatan artistik. Seminar PLAN internasional, pengabdian masyarakat, dan Pos Kesehatan Terpadu Pemuda (Posyandu) adalah kegiatan yang sedang berlangsung. Menurut hasil survei dan wawancara yang dilakukan pada awal Februari 2026 dengan pengelola KPSHD Desa Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat, ditemukan bahwa mereka ingin terlibat dalam kegiatan kewirausahaan dengan mendirikan toko online untuk membuka usaha dan menciptakan lapangan kerja bagi generasi muda.. Dengan demikian, melalui pelatihan dan pengenalan e-commerce, LPPM Universitas Tarumanagara berencana untuk melaksanakan proyek pengabdian masyarakat bagi KPSHD Desa Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat.

Akses mahasiswa terhadap pengetahuan terapan dalam pendidikan formal merupakan masalah yang sering dibahas dan perlu dipertimbangkan. Karena kurangnya pengalaman praktis sebelumnya, mahasiswa seringkali mendapati diri mereka tidak mampu mendapatkan pekerjaan setelah menyelesaikan studi mereka. Ketika mahasiswa memasuki dunia kerja, mereka seringkali kurang pemahaman dan harus memulai dari awal untuk memahami apa yang perlu mereka lakukan karena, pada kenyataannya, sebagian besar materi yang ditawarkan bersifat teoritis..

Permasalahan yang dihadapi oleh pihak mitra adalah belum tersedianya media promosi dan pemasaran yang dapat memperluas dan menambah pelanggan. Media yang dibutuhkan adalah media yang dapat dinikmati oleh semua pihak tanpa terikat oleh waktu dan tempat. Media tersebut harus berbasis internet dan dapat diakses oleh publik secara bebas, media tersebut dapat berupa website dengan aplikasi e-commerce. Website adalah sebuah cara untuk menampilkan diri di Internet. Dapat diibaratkan Website adalah sebuah tempat di Internet, siapa saja di dunia ini dapat mengunjunginya, kapan saja seseorang dapat mengetahui tentang diri orang lain, memberi pertanyaan pada seseorang, serta memberikan masukan atau bahkan mengetahui dan membeli suatu produk (Nugraheny, 2016). *Website* atau juga sering disebut dengan situs merupakan kumpulan beberapa halaman *web* yang berguna untuk menampilkan informasi teks, gambar, suara, animasi atau gabungan dari semuanya yang dijalankan dari satu halaman *web domain* (Setiadi, 2019).

Oleh karena itu, hal ini harus menjadi perhatian utama, khususnya bagi komunitas pendidikan dan bidang pendidikan, agar dapat berkontribusi dengan membantu memberikan pengetahuan yang dapat diterapkan sehingga akan memberikan dampak yang sangat positif pada siswa ketika mereka siap memasuki masyarakat di masa depan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pelatihan pada KPSHD Kelurahan Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat adalah: a) untuk mendapatkan pemahaman tentang perlunya E-Commerce sejak dini kepada kaum muda khususnya pelaku UMKM di era digitalisasi sekarang ini, b) Memberikan gambaran tentang faedah dari pengetahuan E-Commerce, c) Membantu untuk mendorong mitra untuk selalu siap dalam menghadapi persaingan global di era digitalisasi, c) Membantu memberikan pengetahuan aplikatif yang pada gilirannya sangat bermanfaat untuk aktivitas bermasyarakat

Salah satu pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi adalah Pengabdian Pada Masyarakat, oleh karena itu bagian LPPM Universitas Tarumanagara bermaksud mengadakan kegiatan penyuluhan tentang Perlunya Pemahaman E-Commerce di Era Digitalisasi. Adapun manfaat bagi para peserta yang umumnya pelaku UMKM adalah mendapatkan informasi untuk meningkatkan wawasan dan kesadaran bahwa di era digital saat ini remaja harus memiliki wawasan yang cukup untuk bisa berkembang dan berkompetisi secara langsung dalam aktivitas bermasyarakat nantinya. Hal ini tentunya merupakan hal yang harus dilakukan oleh lembaga pendidikan dan civitas di lingkungan pendidikan untuk berkontribusi dalam menjaga anak didik agar bisa menjadi anak yang siap berkompetisi dalam era digitalisasi sekarang ini.

Menurut uraian tersebut, masalah dengan proyek pengabdian masyarakat ini adalah betapa pentingnya bagi masyarakat untuk memahami e-commerce di era digital.

## 2. METODE

Mitra dalam kegiatan ini adalah KPSHD Kelurahan Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat yang umumnya pelaku UMKM, berdasarkan survei awal yang kami lakukan pada tanggal 13 Maret 2026.

Partisipasi mitra dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi:

1. Mitra sebagai penyedia tempat untuk penyelenggaraan kegiatan sosialisasi yaitu bertempat di Kelurahan wijaya Kusuma
2. Mitra berperan sebagai peserta sosialisasi dan aktif berperan dalam kegiatan diskusi / tanya jawab
3. Mitra terlibat secara keseluruhan dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan.

Fokus Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah warga masyarakat untuk diberikan pengetahuan E-Commerce, sehingga kegiatan tersebut dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat berkaitan dengan pengembangan serta peningkatan keterampilan di dalam mengelola kegiatan ekonomi pedesaan, terutama pada Produktivitas dan Pendapatan masyarakat.

Strategi implementasi berikut digunakan untuk mengatasi permasalahan di KPSHD di Kelurahan Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat:

1. Tahap persiapan

Tujuan dari fase ini adalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh warga KPSHD Desa Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat, dan untuk menyarankan kolaborasi dalam melaksanakan kegiatan pelatihan. Selanjutnya, dibuatlah materi untuk Lokakarya tentang Pembukaan dan Pengelolaan Toko Online E-Commerce untuk KPSHD Desa Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat, beserta formulir kehadiran panitia, formulir kehadiran peserta lokakarya, dan kuesioner untuk mengumpulkan masukan dari peserta pengabdian masyarakat.

2. Tahap pelaksanaan

Aula serbaguna KPSHD di Desa Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat, akan menjadi tempat pelaksanaan proyek pengabdian masyarakat ini pada hari Sabtu, 25 April 2026. Jadwal kegiatan pengabdian masyarakat diuraikan dalam Tabel 1.

3. Tahap monitoring dan evaluasi.

Pada tahap ini, tujuannya adalah untuk menentukan seberapa besar pelatihan tersebut telah meningkatkan kemampuan peserta. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan peserta pelatihan, para mitra harus mengisi kuesioner.

Langkah-langkah penyelesaian masalah dalam kegiatan pengabdian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Langkah-langkah penyelesaian masalah dalam kegiatan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Yang Dicapai

Hasil kegiatan PkM ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait e-Commerce dan strategi digitalisasi UMKM, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil pre-test dan post-test yang dilakukan sebelum dan setelah pelatihan. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas metode pembelajaran yang diterapkan dalam program, termasuk kombinasi antara penyampaian materi teoritis dan pelatihan langsung dalam penggunaan platform digital.

Respon peserta terhadap manfaat digitalisasi juga sangat positif, terutama dalam aspek peningkatan efisiensi bisnis, jangkauan pasar yang lebih luas, serta kemudahan dalam mengelola transaksi dan komunikasi dengan pelanggan. Sebagian besar peserta menyatakan bahwa penerapan strategi pemasaran digital berbasis e-commerce dan kecerdasan buatan (AI) memungkinkan mereka untuk lebih kompetitif dalam menjalankan usahanya.

Selain itu, studi kasus dari beberapa UMKM yang berhasil menerapkan strategi digital setelah pelatihan menjadi bukti nyata dampak kegiatan ini. Beberapa peserta menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan jumlah pelanggan melalui optimalisasi Google My Business dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi utama. Implementasi teknologi digital juga membantu pelaku usaha dalam mengelola stok, memproses pesanan secara lebih efisien, serta meningkatkan kepuasan pelanggan melalui layanan yang lebih cepat dan responsif.

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post Test

Kategori Pemahaman	Sebelum Pelatihan (Pre-Test)	Sesudah Pelatihan (Post-Test)	Peningkatan (%)
Familiar dengan e-commerce	25%	82%	57%
Menggunakan media sosial untuk pemasaran	35%	80%	45%
Memahami konsep digitalisasi dalam bisnis	25%	82%	57%

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan Tabel 1: Hasil Pre-Test dan Post-Test, dapat disimpulkan bahwa pelatihan e-Commerce bagi , anggota KPSHD sebagai pelaku UMKM telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pemahaman peserta terkait strategi digitalisasi dalam bisnis.

Sebelum pelatihan, hanya 25% peserta yang sudah familiar dengan e-commerce sebagai salah satu strategi digital untuk meningkatkan penjualan. Namun, setelah pelatihan, angka ini meningkat drastis menjadi 82%, menunjukkan bahwa mayoritas peserta mulai memahami dan mengenal manfaat e-commerce dalam bisnis mereka.

Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Sebelum pelatihan, hanya 35% peserta yang menggunakan media sosial untuk mendukung pemasaran produk mereka sementara setelah pelatihan, angka ini melonjak hingga 80%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu membuka wawasan peserta tentang pentingnya platform digital dalam meningkatkan visibilitas bisnis mereka.

Lebih lanjut, pemahaman terhadap konsep digitalisasi dalam bisnis juga meningkat dari 25% menjadi 82%, menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memahami bagaimana digitalisasi dapat membantu efisiensi operasional dan pengembangan usaha.

Kursus E-Commerce terbukti sangat membantu dalam meningkatkan pemahaman peserta tentang metode bisnis digital. Temuan tes pra dan pasca-kursus, yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman tentang e-commerce, penggunaan media sosial untuk pemasaran, dan gagasan umum tentang digitalisasi, menunjukkan peningkatan ini. Hal ini menunjukkan bahwa informasi tersebut relevan dan diterima dengan baik oleh para peserta, memberi mereka pemahaman yang lebih komprehensif tentang pentingnya teknologi dalam kesuksesan perusahaan.

Selain itu, pelatihan ini juga menyoroti pentingnya akses terhadap teknologi digital bagi UMKM. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami atau memanfaatkan platform digital secara optimal. Namun, dengan adanya edukasi dan bimbingan yang diberikan, mereka semakin menyadari bahwa digitalisasi dapat menjadi solusi untuk meningkatkan daya

saing bisnis, terutama di sektor pariwisata. UMKM memiliki lebih banyak peluang untuk menjangkau pelanggan yang lebih besar baik di dalam maupun luar negeri ketika mereka mampu mengelola pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce..

Namun demikian, agar implementasi digitalisasi dapat berjalan secara efektif, dukungan berkelanjutan masih diperlukan. Meskipun pemahaman peserta telah meningkat secara signifikan, penerapan strategi digital dalam bisnis mereka tetap memerlukan pendampingan lanjutan. Mentoring, pelatihan teknis tambahan, serta akses terhadap infrastruktur digital yang lebih baik menjadi faktor penting agar UMKM dapat benar-benar mengoptimalkan manfaat digitalisasi. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya menjadi langkah awal dalam transformasi digital UMKM, tetapi juga perlu diikuti dengan strategi keberlanjutan yang mendukung penerapan teknologi secara maksimal dalam praktik bisnis sehari-hari.

Tabel 2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Penerapan E-Commerce

<b>Faktor Pendukung</b>	<b>Prosentase</b>	<b>Faktor Penghambat</b>	<b>Prosentase</b>
Kesadaran akan pentingnya digitalisasi	<b>73%</b>	Keterbatasan infrastruktur digital	<b>64%</b>
Keterjangkauan platform digital	<b>67%</b>	Kurangnya literasi teknologi	<b>71%</b>
Dukungan komunitas dan jaringan bisnis	<b>52%</b>	Keterbatasan modal investasi	<b>80%</b>

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam Tabel 2, terdapat beberapa faktor utama yang mendukung dan menghambat penerapan digitalisasi oleh UMKM. Dari sisi faktor pendukung, kesadaran akan pentingnya digitalisasi menempati posisi tertinggi dengan persentase sebesar 73%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memahami manfaat digitalisasi bagi bisnis mereka, terutama setelah mengikuti pelatihan yang diberikan. Selain itu, keterjangkauan platform digital (67%) juga menjadi faktor yang mendorong penerapan teknologi, mengindikasikan bahwa sebagian besar UMKM memiliki akses terhadap berbagai platform digital seperti media sosial dan e-commerce dengan biaya yang relatif rendah. Dukungan dari komunitas dan jaringan bisnis (52%) juga menjadi elemen penting, membantu pelaku UMKM dalam berbagi pengalaman serta mempercepat adopsi strategi digital.

Namun, meskipun terdapat faktor pendukung yang cukup kuat, masih terdapat berbagai kendala yang menjadi tantangan dalam penerapan digitalisasi. Keterbatasan modal investasi menjadi hambatan terbesar dengan persentase 80%. Banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam menyediakan dana untuk pengembangan strategi digital, seperti beriklan di media sosial, membangun website profesional, atau menggunakan teknologi berbasis AI. Selain itu, kurangnya literasi teknologi (71%) juga menjadi tantangan yang signifikan, mengingat masih banyak pelaku UMKM yang belum terbiasa dengan penggunaan teknologi digital dalam bisnis mereka. Keterbatasan infrastruktur digital (64%) juga menjadi kendala, terutama bagi UMKM yang berada di daerah dengan akses internet yang kurang stabil atau minim fasilitas teknologi.

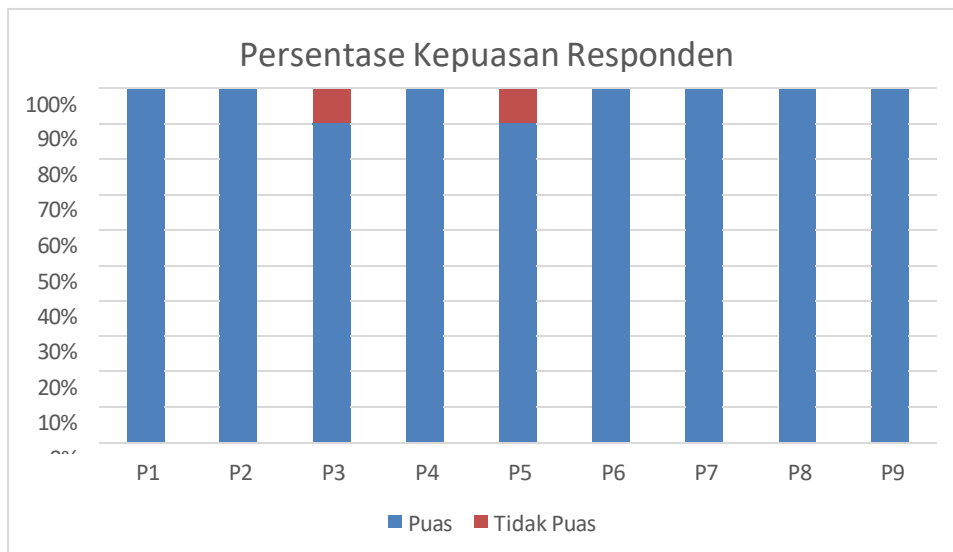
Secara keseluruhan, meskipun kesadaran akan pentingnya digitalisasi sudah cukup tinggi, tantangan dalam hal keterbatasan modal, infrastruktur, dan literasi teknologi masih perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut. Oleh karena itu, diperlukan strategi berkelanjutan seperti program pendampingan digital, penyediaan akses finansial bagi UMKM, serta kebijakan yang mendukung pengembangan infrastruktur digital agar proses transformasi digital dapat berjalan lebih optimal.

### Manfaat Yang Diperoleh (*Outcome*)

Berdasarkan wawancara dan hasil kuesioner terbuka, dapat disimpulkan dari kegiatan workshop yang telah dilakukan ada beberapa manfaat yang didapatkan oleh peserta, yaitu:

- Bertambahnya pengetahuan mengenai cara mengelola toko online pada market place
- Memiliki ketrampilan mengelola toko online pada market place.
- Peserta memiliki semangat yang tinggi untuk memasarkan produknya melalui toko online pada market place, untuk itu peserta berharap agar kegiatan ini dapat dilanjutkan secara pada periode berikutnya agar mereka benar-benar mendapatkan hasil nyata dari peningkatan pemasaran dan penjualannya.

Gambar 2 berikut adalah hasil kuesioner yang sudah diberikan ke peserta terkait kegiatan yang telah dilakukan.



Gambar 2. Persentase Kepuasan Peserta Kegiatan Terhadap Pelaksanaan Kegiatan

Tabel 3. Pertanyaan yang digunakan pada Instrumen Kuesioner

P1	Personil/anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan peserta
P2	Tutor menyampaikan materi kegiatan dengan jelas dan mudah dimengerti oleh peserta
P3	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh tutor yang terlibat
P4	Materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan peserta dalam menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian peserta
P5	Peserta mendapatkan materi kegiatan berupa modul dan soal latihan
P6	Peralatan untuk menyampaikan materi memadai
P7	Kegiatan pengabdian masyarakat yang disampaikan bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian peserta
P8	Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Universitas Bina Sarana Informatika
P9	Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Universitas Bina Sarana Informatika sesuai dengan harapan saya

#### 4. KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pelatihan digitalisasi memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan kesiapan UMKM dalam memanfaatkan e-commerce dan kecerdasan buatan (AI). Hasil pra- dan pasca-tes menunjukkan bahwa pengetahuan peserta tentang taktik pemasaran digital, penggunaan platform e-commerce, dan aplikasi AI di perusahaan mereka telah meningkat secara signifikan. Meskipun pelatihan meningkatkan pemahaman, UMKM masih menghadapi tantangan dalam menggunakan teknologi digital. Infrastruktur digital yang terbatas, kurangnya keahlian manajemen platform, dan akses terbatas terhadap pendanaan yang dibutuhkan untuk investasi teknologi merupakan beberapa tantangan utama. UMKM di industri pariwisata mungkin menjadi lebih kompetitif berkat digitalisasi, terutama dalam hal memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, pendidikan berkelanjutan, dukungan pemerintah, dan akses terhadap infrastruktur teknologi yang memadai diperlukan agar keuntungan ini dapat terwujud sepenuhnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, D. (2000). Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(3), 388–395.
- Ardiansyah, T. (2021). Model Platform E-Commerce Dalam Mendukung Kesuksesan Bisnis Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 197-211.
- Dennis, A., Wixom, B. H., & Roth, R. M. (2015). *Systems analysis and design*. John wiley & sons.
- Laudon, Kenneth C; & Laudon, Jane P. 2018. *Management Information Systems (Managing the Digital Firm)*, Fifteenth Edition. New York : Pearson Education, Inc.
- Layman, C., Sihombing, S., & Handoko, L. (2022). *Blue economy and the digital transformation of micro small medium enterprises..* [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-086-2\\_74](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-086-2_74)
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web ECommerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika*, 3(1), 6.
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(1), 6-15.
- Muridzi, G. (2024). Uptake of internet of things by smes in digital era in emerging economies: a systematic literature review. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 13(1), 38-46. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v13i1.2937>
- Nugraheny, D. E., & Prabowo, D. (2023, October 10). *Pedagang Tanah Abang Minta "E-commerce" Ditutup, Mendag: Yang Enggak Adaptasi, Nanti Jadi Komodo*. Nasional.Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2023/10/10/14282231/pedagang-tanah-abang-minta-e-commerceditutup-mendag-yang-enggak-adaptasi>
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2)
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: Prenada Media Group
- Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, & Riyadi, 2015, 'Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Onlie (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol.29, no.1.
- Tirtana, A., Zulkarnain, A., Kristanto, B.K., Suhendra, S. and Hamzah, M.A., (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 14(2), pp.101-108.

Tirtana, M. Q., Hasudungan, A., Tjong, V. C., & Lukas, E. N. (2022): The Impact of E-Commerce Adoption Factors on the Growth of MSMEs E-Commerce Sales in Jabodetabek Area, Indonesia. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 10(2), 172-191.