

## **WORKSHOP DAN STRATEGI IMPLEMETASI E-COMMERCE PADA UKM MANUFAKTUR MEMANFAATKAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN E-BUSINESS DI MASA PANDEMI COVID-19**

**Aulia Fashanah Hadining<sup>1)</sup>, Singgih Saptadi<sup>2)</sup>, Ulinnuha Latifa<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Jawa Barat, Indonesia

<sup>2)</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

<sup>3)</sup>Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Jawa Barat, Indonesia

Corresponding author : Aulia Fashanah Hadining

E-mail : aulia.fasha@ft.unsika.ac.id

**Diterima 23 Februari 2022, Direvisi 18 Mei 2022, Disetujui 20 Mei 2022**

### **ABSTRAK**

Kurang optimalnya penggunaan *e-business* oleh pelaku UKM dalam pemasaran dan penjualan *online* karena belum mengoptimalkan peran *e-business* dan juga membutuhkan tips untuk menggunakannya. Berkembangnya pandemi telah memberikan tantangan supaya tetap bertahan karena adanya pembatasan secara fisik sehingga merubah pola bisnis pelaku usaha. Oleh karena itu, *e-business* bisa digunakan agar bisnis tetap berkelanjutan. Kegiatan ini bermitra dengan usaha Elbarkah bersama dengan tiga belas pelaku UKM lainnya. Webinar ini bertujuan untuk diharapkan dapat meningkatkan pemahaman para pelaku usaha terkait dengan pemanfaatan teknologi *e-business* secara maksimal untuk dapat meningkatkan penjualan pada kondisi pandemi Covid-19. Webinar dilaksanakan menggunakan metode ceramah dan diskusi secara langsung antara para UKM Pelaku Usaha dengan narasumber. Materi yang diberikan berupa peluang saat menggunakan *e-business* guna menjawab adanya tantangan selama pandemi. Pemateri memberikan pemahaman dari perubahan dunia juga pada teknologi. Hal ini mengubah pola konsumen dalam membeli produk, berawal dari membeli langsung ke toko kemudian konsumen mengubah polanya dengan memanfaatkan *smarthphone* pada berbagai macam aplikasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu, pelaku usaha melakukan transformasi bisnis namun terkendala karena berjualan secara *offline*, sedangkan platform *e-commerce* dapat digunakan. Setelah webinar selesai, peserta mengisi evaluasi yang disediakan. Hasilnya adalah 64% diantaranya merasakan adanya kesesuaian antara pelatihan dengan tujuan peserta dan 50% lainnya merasakan adanya manfaat pada pekerjaannya. Sedangkan 50% lainnya menyatakan penyampaian materi baik dan mudah dipahami. Terakhir, 64% peserta menyatakan pemateri memberikan respon yang baik.

**Kata kunci:** teknologi informasi; *e-business*; *e-commerce*

### **ABSTRACT**

The less optimal use of *e-business* by SMEs in online marketing and sales has not optimized the role of *e-business* and also requires tips for using it. The development of the pandemic has posed a challenge to survive because of physical contact, thus changing the business pattern of business actors. Therefore, *e-business* can be used to keep the business sustainable. This activity is in conjunction with the efforts of Elbarkah along with thirteen other SME players. This activity aims to increase the understanding of business actors regarding the maximum use of *e-business* technology to increase sales during the Covid-19 pandemic. The webinar is held using the lecture method and direct discussion between UKM Business Actors and resource persons. The material provided is in the form of opportunities when using *e-business* to answer challenges during the pandemic. The speaker provided an understanding of the changing world as well as on technology. This changes the pattern of consumers in buying products, starting from going directly to the store and then changing the pattern by using *smartphones* in various kinds of applications that are needed. Therefore, business actors carry out business transformation but are constrained by selling *offline*, while *e-commerce* platforms can be used. After the webinar is over, participants fill out the evaluation provided. The result is that 64% of them feel that there is an adjustment between the training and the participants' goals and the other 50% feel the benefits on the job. While the other 50% stated that the delivery of the material was good and easy to reach. Finally, 64% of participants stated that the speaker gave a good response.

**Keywords:** information technology; *e-business*; *e-commerce*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi sangat bermanfaat dalam perkembangan organisasi. Menurut Sani & Wiliani, (2019) penggunaan teknologi dapat dimanfaatkan oleh sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) guna meningkatkan nilai pada sektor ini. Selain itu, penggunaan teknologi informasi juga berguna dalam meningkatkan hasil dan performance usaha. Semakin ketatnya persaingan bisnis, kebutuhan pada efektivitas dan efisiensi kerja dibutuhkan oleh kelompok usaha guna mendapatkan keuntungan secara optimal sehingga UKM juga perlu mengadopsi adanya teknologi informasi. Kemudian, Sani et al. (2020) mengungkapkan bahwa adanya teknologi informasi mampu meningkatkan distribusi pendapatan dan penjualan pelaku UKM. Oleh karena itu, teknologi informasi sangat bermanfaat guna mendukung bisnis UKM. Teknologi informasi yang dimaksud adalah *e-business*. Salah satu kegiatan yang penting untuk dilakukan yaitu pemasaran. Selama ini pelaku UKM umumnya menjalankan bisnis dengan partner bisnis lainnya maupun konsumen secara langsung. Adanya *e-business* berupa sosial media, *e-commerce* atau situs web diharapkan mampu memasarkan produknya secara luas (Noor & Samsinar, 2020).

Mitra dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) adalah para pemilik usaha salah satunya Pak Hendro Rahayu selaku pemilik usaha Elbarkah Pakan Ternak. Usaha Elbarkah Pakan Ternak berlokasi di Griya Elbarkah 99, Jl. Menur RT. 3 RW 3 Janglengan, Desa Banyukuning Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang Jawa Tengah. Saat ini para pelaku usaha terutama Elbarkah Pakan Ternak telah memiliki akun sosial media untuk memasarkan produknya. Akun tersebut seperti akun *Facebook Page*, *Instagram*, dan *Website* yang berfungsi untuk memasarkan produknya secara *online*. Namun, media *online marketing* tersebut tidak dimanfaatkan dengan maksimal, terbukti dari postingan terakhir adalah sejak April 2020. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Pak Hendro selaku pemilik, diungkapkan bahwa usaha saat ini masih mengandalkan penjualan langsung di toko dan belum menggunakan *platform online* secara optimal. Hal ini terjadi karena para pelaku usaha kurang memiliki pengetahuan tentang cara mengoptimalkan *platform online* secara maksimal. Selain itu, dibutuhkan pula tips tentang cara menggunakan *platform online* dalam *marketing online* dan penjualan *online*. Menurut, Wulansari et al., (2015) sumber daya manusia mempengaruhi efektivitas dan

efisiensi penggunaan *e-business* dalam pemasaran. Selain itu, SDM yang peka terhadap perubahan kondisi untuk merubah pola bisnis dari konvensional ke digital juga berpengaruh untuk kelangsungan UKM.

Pandemi Covid-19 saat ini memberikan pengaruh cukup signifikan di segala aspek, terutama pada pola bisnis UKM. Hal ini terjadi karena kondisi pandemi membatasi pergerakan manusia sehingga memaksa berhubungan secara *online* sehingga perubahan pola konsumsi masyarakat berubah menggunakan digital (Rosita, 2020). Oleh karena itu proses bisnis dengan memanfaatkan *e-business* dapat menjadi salah satu jawaban yang dapat digunakan untuk menghadapi kondisi pandemik. Pengetahuan tentang pemasaran melalui *e-business* harus dipahami cara penggunaan dan juga tips untuk optimalisasi penggunaannya. Pengetahuan tersebut dapat diambil melalui webinar. Oleh karena itu, adanya webinar melalui *platform online* berguna dalam meningkatkan kapabilitas SDM yang ada di UKM untuk memaksimalkan peran *e-business* terhadap pemasaran untuk usaha mereka.

Kegiatan PKM yang akan dilaksanakan adalah dalam bentuk webinar kepada UKM. Webinar tersebut antara lain adalah berbentuk seminar yang dilaksanakan secara *online* melalui aplikasi *zoom*, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih baik mengenai *e-business* dan *e-commerce*. Mahasiswa berperan sebagai tim pembantu pelaksanaan dalam kegiatan webinar agar dapat berjalan dengan lancar. Kegiatan ini dapat memberikan banyak manfaat tidak hanya bagi UKM tetapi juga bagi mahasiswa. Manfaat yang dapat dirasakan mahasiswa antara lain adalah dapat terjun langsung ke masyarakat dan memberikan kontribusi nyata berupa seminar *online*, sehingga dapat membantu mencerdaskan masyarakat khususnya UKM. Pemanfaatan teknologi terutama *e-business* dalam pemasaran, juga diterapkan ke UMKM yang berlokasi di kabupaten Magelang. Penerapan *e-business* berupa digital marketing terbukti dapat meningkatkan cakupan pemasaran dan hasil penjualan pada UMKM (Dimas et al., 2021). Oleh karena itu, pada kegiatan workshop *e-business* ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman para pelaku usaha terkait dengan pemanfaatan teknologi *e-business* secara maksimal untuk dapat meningkatkan penjualan pada kondisi pandemi Covid-19.

## METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berupa pelatihan mengenai

penggunaan *e-business* bagi UKM yang di dalamnya berisi peluang dan tantangan dalam menghadapi kondisi Pandemi Covid-19 saat ini. Kegiatan ini bermitra dengan usaha Elbarkah bersama dengan tiga belas pelaku UKM lainnya Pelatihan tersebut dalam bentuk webinar dengan tajuk Webinar *E-Business* UKM: Peluang dan Tantangan yang dilaksanakan melalui Zoom Meeting pada Hari Sabtu, 09 Oktober 2021 Pukul 08.00 WIB hingga selesai. Webinar dihadiri oleh empat belas pelaku usaha UKM yang berasal dari berbagai daerah dan latar belakang jenis usaha.



**Gambar 1.** Alur Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode yang digunakan dalam webinar ini, seperti tampak pada Gambar 1, adalah metode ceramah dan diskusi secara langsung antara para UKM Pelaku Usaha dengan narasumber sebagaimana telah dilakukan oleh metode pengabdian lainnya, yaitu Fitriana, M Fauzan Azima, (2019). Materi yang disampaikan oleh narasumber adalah materi tentang *e-business* UKM yang berisi peluang dalam menggunakan *e-business* untuk menjawab tantangan yang terjadi pada kondisi

saat ini. Materi dimulai dengan menjelaskan tentang perubahan dunia yang diiringi oleh perubahan teknologi. Perubahan ini juga dibarengi dengan perubahan pola konsumen dalam membeli produk, yang tadinya secara langsung datang ke toko hingga saat ini pembelian produk hanya tinggal memanfaatkan alat telekomunikasi *smartphone* melalui berbagai macam aplikasi saja. Pola konsumen seperti ini tentu saja dapat mempengaruhi pola proses bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Pelaku usaha dapat berhubungan langsung dengan konsumen hingga produsen hanya dengan memanfaatkan aplikasi melalui teknologi. Perubahan ini dapat terjadi karena adanya perubahan penggunaan internet serta penggunaan teknologi ketika menggunakan internet dimana saat ini pengguna dapat menggunakan internet dimanapun kapanpun hanya menggunakan *smartphone*. Para pelaku usaha dapat menghadapi tantangan ini dengan melakukan transformasi proses bisnis. Transformasi ini menjadi semakin cepat karena adanya pandemi covid-19. Namun, proses transformasi bisnis ini masih menemui berbagai macam kendala salah satunya adalah hanya berjualan dengan *offline* saja, sehingga sarana *e-commerce* menjadi salah satu jawabannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

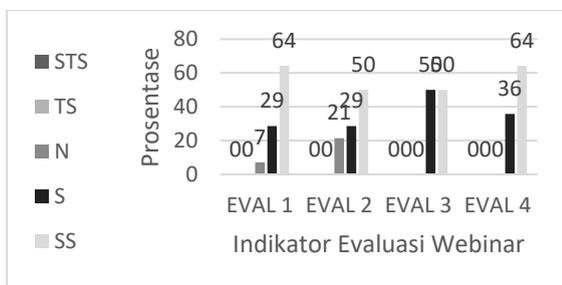
Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu bagian dari tridharma perguruan tinggi. Kegiatan yang dilakukan berupa webinar terkait strategi implementasi *e-commerce* berdasarkan teknologi informasi yang digunakan selama pandemi covid-19. Mitra dari pengabdian ini adalah Pak Hendro Rahayu selaku pemilik usaha Elbarkah Pakan Ternak. Usaha Elbarkah Pakan Ternak berlokasi di Griya Elbarkah 99, Jl. Menur RT. 3 RW 3, Jangglengan, Desa Banyukuning, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Pengabdian ini dilaksanakan pada Hari Sabtu, 09 Oktober 2021 Pukul 08.00 WIB hingga selesai melalui *platform zoom meeting*. Webinar dihadiri 14 pelaku usaha dengan latar belakang bisnis yang berbeda – beda. Kegiatan ini dilakukan secara *online* karena beberapa pertimbangan, diantaranya wabah covid -19 yang belum usai, jarak antara pengusaha dengan lokasi pelaksana webinar terhitung jauh dan membutuhkan biaya transportasi yang tidak sedikit. Rangkaian acara dalam webinar ini, selain sosialisasi dan pemahaman mengenai pentingnya proses transformasi *e-business* juga terdapat diskusi antara peserta dengan narasumber. Banyak peserta tertarik dan menanyakan mengenai cara menghadapi kondisi pandemi dengan *e-business*. Gambar 2 adalah dokumentasi

acara webinar. Pada akhir acara, para peserta mengisi *form* sebagai bukti kehadiran dan kuesioner sebagai evaluasi acara webinar.



**Gambar 2.** Dokumentasi Webinar *E-Business* UKM Peluang Dan Tantangan

Setelah melakukan sesi foto bersama kemudian acara dilanjutkan dengan pengisian *link* absensi yang berisi pertanyaan mengenai data diri peserta dan evaluasi pelatihan. Evaluasi pelatihan digunakan untuk dapat mengetahui pendapat peserta terhadap pelatihan yang diperoleh sehingga dapat menjadi penilaian terhadap pelatihan. Penilaian tersebut digunakan untuk peningkatan kualitas pelatihan di kemudian hari. Terdapat empat pertanyaan mengenai evaluasi pelatihan yang dijawab berdasarkan skala Likert dengan rentang 1 hingga 5. Rentang penilaian tersebut yaitu 1 untuk sangat tidak setuju (STS), 2 untuk tidak setuju (TS), 3 untuk cukup setuju (N), 4 untuk setuju (S), dan 5 untuk sangat setuju (SS). Terdapat empat pertanyaan yang berkaitan dengan evaluasi pelatihan. Pertanyaan pertama berisi tentang kesesuaian antara pelatihan dengan tujuan yang ingin dicapai (EVAL 1), manfaat pelatihan bagi pekerjaan (EVAL 2), kejelasan penyampaian materi dan kemudahan materi untuk dapat dipahami (EVAL 3), dan respon pemateri dengan pertanyaan peserta (EVAL 4). Data evaluasi yang diperoleh adalah sejumlah empat belas data yang kemudian informasi hasil evaluasi tampak pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Hasil dan Evaluasi Webinar

Hasil evaluasi, yang tampak pada Gambar 3, menunjukkan bahwa 64% peserta sangat setuju bahwa terdapat kesesuaian antara pelatihan dengan tujuan yang ingin dicapai (EVAL 1). 50% peserta sangat setuju

bahwa terdapat manfaat yang dirasakan bagi pekerjaan (EVAL 2). 50% peserta sangat setuju bahwa terdapat kejelasan penyampaian materi dan kemudahan materi untuk dapat dipahami (EVAL 3). 64% peserta sangat setuju bahwa pemateri memberikan respon yang baik terhadap pertanyaan peserta (EVAL 4). Berdasarkan hasil evaluasi ini dapat disimpulkan bahwa tujuan webinar telah tercapai. Mitra dalam acara ini adalah usaha Elbarkah Pakan Ternak. Kontribusi mitra dalam pelaksanaan acara ini dengan mengisi kuesioner sebagai bentuk informasi berharga yang dapat digunakan sebagai input data dalam penelitian.

**SIMPULAN DAN SARAN**

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat telah dilakukan dengan baik. Webinar ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang kegunaan *e-business* dan *e-commerce* bagi UKM. Berdasarkan pada hasil evaluasi yang telah dilakukan setelah diadakannya webinar, menunjukkan kesesuaiannya dengan tujuan kegiatan ini. Selain itu, peserta juga merasakan bahwa pelatihan yang dipaparkan sesuai dengan pekerjaan dan berguna dalam pekerjaannya. Peserta juga merasakan manfaat setelah menghadiri webinar. Para peserta berpendapat bahwa pemateri mampu menyampaikan materi dengan baik sehingga mudah dipahami dan pemateri memberikan respon yang baik. Walaupun kegiatan ini dilakukan di masa pandemi tetapi bisa berjalan dengan lancar bersama dukungan dari mitra dan juga pelaku UKM lainnya.

Saran yang dapat diberikan untuk keberlanjutan kegiatan ini didasarkan pada faktor dan kendala yang menghambat kegiatan, diantaranya adalah para pelaku UKM tidak terlalu tertarik dengan webinar seperti sehingga tidak banyak para pelaku UKM yang mengikuti kegiatan ini. Walaupun manfaat yang diperoleh setelah mengikuti kegiatan ini cukup besar. Tindak lanjut yang dapat dilakukan adalah mitra berikutnya sebaiknya asosiasi perkumpulan UKM dan dibutuhkan link agar berkenan mengikuti kegiatan berikutnya.

**UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terima kasih diberikan kepada Universitas Singaperbangsa Karawang melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memberikan dana penelitian dalam skema HIPKA sehingga acara dapat berjalan dengan baik.

**DAFTAR RUJUKAN**

Dimas, S., Mega Yuliatwati, P., Nurhidayah, R.,

- Ghafala Utomo, R., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, 7(1), 68–73.
- Fitria, M Fauzan Azima, I. (2019). Pengembangan dan Pelatihan Media Pembelajaran Bagi Guru SD IT Di Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 48–52.
- Noor, G. A. P., & Samsinar. (2020). Implementasi E-Commerce Menggunakan Content Management System Untuk Pemasaran Produk Pada Lumi. *Jurnal IDEALIS*, 3(1), 552–559.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Sani, A., & Wiliani, N. (2019). Faktor Kesiapan Dan Adopsi Teknologi Informasi Dalam Konteks Teknologi Serta Lingkungan Pada Umkm Di Jakarta. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.33480/jitk.v5i1.616>
- Sani, A., Wiliani, N., Budiyantara, A., & Nawaningtyas, N. (2020). Pengembangan Model Adopsi Teknologi Informasi Terhadap Model Penerimaan Teknologi Diantara Umkm. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 5(2), 151–158. <https://doi.org/10.33480/jitk.v5i2.1055>
- Wulansari, N. A., Ranikusna, D., & Maftukhah, I. (2015). Strategi Perencanaan Sdm Untuk Peningkatan Daya Saing Umkm Batik Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank (Sendi\_U)*, 978–979. <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=386938&val=8521&title=STRATEGI PERENCANAAN SDM UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BATIK SEMARANG>