

Peningkatan Kapasitas Digital dan Kinerja Penjualan Melalui Pelatihan E-Commerce Holistic pada UMKM “Nge-Cheese” di Kota Sorong

Melda Agnes Manuhutu¹, I Dewa Ayu², Julian³, Sainty⁴, Yeremia⁵, Ishak⁶, Venzcha⁶, Tagor Manurung⁷
^{1,3,4,5,6}Sistem Informasi, Universitas Victory Sorong, ²Hukum, Universitas Victory Sorong, ⁷Manajemen, Universitas Victory Sorong

Email Author: melda.a.manuhutu@gmail.com, sastranidewa@gmail.com

Abstract

The digital era has created vast market opportunities for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, as internet penetration reaches 77% of the population. However, the integration of MSMEs into the digital ecosystem faces major challenges, mainly related to limited technical competencies and low digital legal literacy. This holistically designed e-commerce training and mentoring program was conducted at the culinary MSME “NGE-CHEESE” in Sorong City. The method of implementing community service uses a mixed-methods approach. Evaluation was carried out with pre-tests and post-tests to quantitatively measure changes in technical knowledge and understanding of digital law, as well as observations and interviews for qualitative exploration of program implementation. The results show that comprehensive human resource capacity building covering both technical and legal aspects is key to the success of MSME digitalization. The intervention model developed can be a strategic reference in facing the challenges of digital transformation in a sustainable manner.

Keywords: MSMEs, digitalization, e-commerce, digital legal literacy, training, case study, mixed-methods

Abstrak

Era digital telah menciptakan peluang pasar yang luas bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, seiring dengan meningkatnya penetrasi internet yang mencapai 77% dari populasi. Namun, integrasi UMKM ke dalam ekosistem digital menghadapi tantangan besar, terutama terkait keterbatasan kompetensi teknis dan rendahnya literasi hukum digital. Program pelatihan dan pendampingan e-commerce yang dirancang secara holistic ini dilakukan pada UMKM kuliner “NGE-CHEESE” di Kota Sorong. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat menggunakan pendekatan campuran (mixed-methods). Evaluasi dilakukan dengan pra-tes dan pasca-tes untuk mengukur perubahan pengetahuan teknis dan pemahaman hukum digital secara kuantitatif, serta observasi dan wawancara untuk eksplorasi kualitatif terhadap implementasi program. Hasil pkm menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia secara menyeluruh yang mencakup aspek teknis dan legal merupakan kunci utama dalam keberhasilan digitalisasi UMKM. Model intervensi yang dikembangkan dapat menjadi referensi strategis dalam menghadapi tantangan transformasi digital secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, digitalisasi, e-commerce, literasi hukum digital, pelatihan, studi kasus, mixed-methods

1. PENDAHULUAN

Era digital telah memicu pergeseran fundamental dalam lanskap ekonomi global dan nasional, di mana teknologi dan internet menjadi pilar utama pertumbuhan (Khairani, N. & Sendjaja, T. 2024; Manuhutu dkk, 2025; Purba, D. S. et al. 2025; Rochmahwati, M. R. 2023). Teknologi sangat berperan penting saat ini pada semua aspek kehidupan (Manuhutu dkk 2025). Di Indonesia, akselerasi ini ditandai dengan tingkat penetrasi internet yang telah mencapai 77% dari total populasi, sebuah angka yang merepresentasikan perubahan masif dalam perilaku konsumen dan struktur pasar. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII,

2024) ini bukan sekadar statistik, melainkan indikator kuat akan adanya peluang pasar digital yang sangat besar.

Kondisi ini mendorong suatu imperatif bagi para pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk beradaptasi. Namun, integrasi ke dalam ekosistem digital bukan hanya soal pemanfaatan teknologi untuk meraih keuntungan, melainkan juga soal navigasi dalam sebuah ranah yang diatur oleh kerangka hukum digital. Setiap transaksi, promosi, dan interaksi online yang dilakukan UMKM secara otomatis bersinggungan dengan berbagai regulasi, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP), dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kesadaran akan aspek legal ini menjadi fundamental untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan terhindar dari risiko hukum.

Sebagai tulang punggung perekonomian nasional, UMKM berada di persimpangan jalan antara peluang besar dan tantangan yang signifikan. Di satu sisi, platform *e-commerce* telah muncul sebagai kanal vital yang memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, dan menyederhanakan transaksi.) Adopsi *e-commerce* secara efektif dapat menjadi katalisator pertumbuhan bisnis (Chen et al. 2023) Kurniawati & Putra (2022).

Di sisi lain, optimisme ini dihadapkan pada realitas bahwa mayoritas UMKM masih berjuang untuk mengoptimalkan platform digital secara efektif. Analisis lebih dalam menunjukkan bahwa akar permasalahan bukanlah pada ketersediaan teknologi, melainkan pada kesenjangan kompetensi (*competency gap*) yang bersifat multidimensional. Kesenjangan ini tidak hanya mencakup keterbatasan keterampilan teknis dalam mengoperasikan platform, tetapi juga minimnya literasi mengenai aspek hukum digital yang melekat pada setiap aktivitas bisnis online. Faktor manusia yakni keterbatasan pengetahuan teknis dan kesadaran akan kewajiban hukum untuk melindungi data pelanggan dan menjamin keamanan transaksi menjadi hambatan utama. Dengan demikian, titik intervensi yang paling krusial bukanlah sekadar penyediaan teknologi, melainkan pembangunan kapabilitas sumber daya manusia yang holistik.

Studi kasus ini berfokus pada Toko "NGE-CHEESE", sebuah UMKM kuliner di Kota Sorong. Toko ini merepresentasikan mikrokosmos dari dilema yang dihadapi banyak UMKM: memiliki produk berkualitas namun terhambat oleh "keterbatasan pengetahuan dan kemampuan teknis" dalam mengelola penjualan digital, serta potensi kerentanan hukum karena ketidaktahuan. Kondisi spesifik ini menjadikannya subjek yang ideal untuk analisis mendalam mengenai efektivitas sebuah intervensi yang terfokus.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan dari tim pelaksana program pengabdian kepada masyarakat (PKM) adalah untuk menganalisis secara sistematis dampak dari program pelatihan dan pendampingan *e-commerce* yang dirancang secara holistik. Program ini tidak hanya menasar peningkatan kapasitas teknis, tetapi juga menanamkan pemahaman dasar mengenai praktik digital yang aman dan bertanggung jawab. Kontribusi utamanya adalah menyediakan sebuah model intervensi teruji yang dapat memvalidasi efektivitas pendekatan pembangunan kapasitas manusia sebagai solusi konkret atas tantangan digitalisasi UMKM di Indonesia.

2. METODE

Metode PKM dilakukan dalam 6 tahapan. Program PKM ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan kualitatif (*mixed-methods*) untuk mengevaluasi efektivitas program pelatihan. Desain pra-tes dan pasca-tes digunakan untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta secara kuantitatif, sementara data kualitatif dikumpulkan melalui observasi dan wawancara untuk memperdalam pemahaman mengenai proses implementasi dan dampaknya. Metodologi intervensi dilaksanakan melalui protokol bertahap yang sistematis dan dapat direplikasi, sebagai berikut:

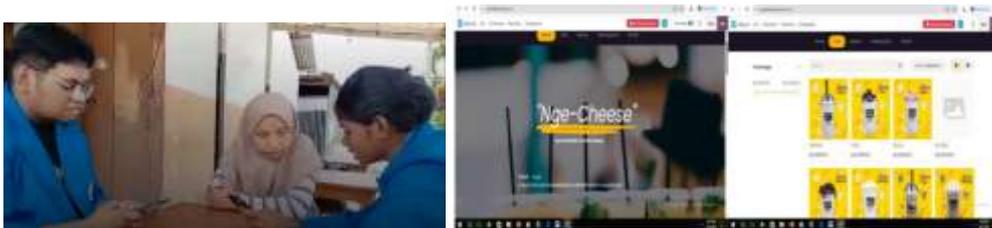
1. Tahap 1: Persiapan dan Analisis Kebutuhan Sebelum intervensi, tim pelaksana melakukan survei awal dan pengumpulan data untuk memetakan kondisi dasar Toko "NGE-CHEESE". Tahap ini mencakup identifikasi tingkat pemahaman pemilik dan staf

mengenai konsep *e-commerce*, analisis kendala spesifik yang dihadapi dalam operasional harian, dan pemetaan potensi digital yang belum dimanfaatkan. Proses ini krusial untuk memastikan bahwa modul pelatihan yang dikembangkan bersifat relevan dan menjawab kebutuhan nyata mitra, bukan sekadar pendekatan generik. Langkah ini sejalan dengan prinsip pemetaan permasalahan prioritas yang juga ditekankan dalam program sejenis.



Gambar 1. Tahap Survei

2. Tahap 2: Sosialisasi dan Rekrutmen Peserta Tim pelaksana mengadakan sosialisasi kepada pemilik dan karyawan Toko "NGE-CHEESE" untuk menjelaskan tujuan, manfaat, dan agenda kegiatan pelatihan. Informasi mengenai jadwal, lokasi, dan materi disampaikan secara transparan untuk membangun komitmen dan memastikan partisipasi aktif dari seluruh pihak yang terlibat.
3. Tahap 3: Pelaksanaan Pelatihan Pelatihan dilaksanakan secara intensif selama tiga hari dengan metode tatap muka. Kurikulum pelatihan dirancang secara komprehensif, mencakup:
 - a. Pengenalan konsep dasar dan manfaat *e-commerce* bagi UMKM.
 - b. Pelatihan praktis pembuatan dan pengelolaan akun toko di platform *odoo.com*
 - c. Strategi pemasaran digital dasar, termasuk pemanfaatan media sosial untuk promosi dan penggunaan fitur-fitur promosi di toko *online*
 - d. Manajemen inventaris digital dan pengelolaan pesanan.
 - e. Edukasi mengenai keamanan transaksi digital untuk melindungi penjual dan pembeli.



Gambar 2. Pelatihan Kepada Mitra

Metode penyampaian materi mengkombinasikan ceramah interaktif, demonstrasi langsung oleh tim pelaksana, dan sesi praktik langsung (*hands-on*) di mana setiap peserta membuat dan mengelola toko online mitra dengan bimbingan penuh.

4. Tahap 4: Pendampingan dan Monitoring Tahap ini merupakan elemen krusial yang membedakan intervensi ini dari pelatihan konvensional. Setelah sesi pelatihan formal berakhir, tim memberikan pendampingan berkelanjutan secara berkala selama satu hingga dua bulan. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan ilmu yang diperoleh dapat diimplementasikan secara konsisten dalam praktik bisnis sehari-hari. Proses ini menjembatani kesenjangan antara pengetahuan teoritis dan penerapan praktis, membantu peserta mengatasi kendala teknis atau strategis yang muncul saat mereka mulai beroperasi secara mandiri. Monitoring dilakukan melalui kunjungan langsung serta komunikasi intensif via grup aplikasi pesan instan. Tahap ini dirancang untuk

mencegah peluruhan pengetahuan (*knowledge decay*) dan memastikan adopsi teknologi yang berkelanjutan.

5. Tahap 5: Evaluasi dampak program dilakukan dengan menggunakan beberapa instrumen. Kuesioner pra-tes dan pasca-tes digunakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan konseptual peserta. Data penjualan dari platform *e-commerce* dan catatan internal toko dianalisis untuk mengukur dampak terhadap kinerja bisnis. Wawancara mendalam dilakukan di akhir periode pendampingan untuk menangkap persepsi kualitatif peserta mengenai manfaat, tantangan, dan perubahan yang dirasakan.
6. Tahap 6: Pelaporan Seluruh data, temuan, hasil evaluasi, dan dokumentasi kegiatan disusun secara sistematis ke dalam sebuah laporan akhir. Laporan ini tidak hanya berfungsi sebagai pertanggungjawaban kegiatan, tetapi juga sebagai basis untuk penyusunan artikel ilmiah ini dan sebagai referensi untuk pengembangan program serupa di masa depan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data yang terkumpul dari seluruh tahapan intervensi menunjukkan dampak positif yang signifikan dan terukur pada kapasitas digital serta kinerja bisnis Toko "NGE-CHEESE". Temuan-temuan utama disajikan dan dibahas secara mendalam di bawah ini.

Hasil Intervensi

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas program, hasil kuantitatif utama dirangkum dalam tabel perbandingan sebelum dan sesudah intervensi.

Tabel 1. Perbandingan Indikator Kinerja Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan E-Commerce

Indikator	Kondisi Sebelum Pelatihan	Kondisi Sesudah Pelatihan	Perubahan/Peningkatan
Skor Pengetahuan Rata-rata (Pra/Pasca-Tes)	45%	85%	+40 Poin Persentase
Kemampuan Praktis Mengelola Toko Online	Rendah (Tidak ada)	Tinggi (90% peserta mahir)	Signifikan
Peningkatan Penjualan Bulanan Rata-rata	<i>Baseline</i>	+35%	+35%
Efisiensi Manajemen (Stok & Transaksi)	Manual, rentan kesalahan	Digital, terstruktur	Signifikan

Elaborasi dari data pada tabel di atas adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Pengetahuan Peserta tentang E-Commerce: Hasil evaluasi melalui pra-tes dan pasca-tes menunjukkan lompatan pemahaman yang drastis. Skor rata-rata peserta yang pada awalnya hanya 45% melonjak menjadi 85% setelah mengikuti pelatihan. Peningkatan sebesar 40 poin persentase ini membuktikan efektivitas kurikulum dan metode penyampaian materi dalam membangun literasi digital dasar. Peserta yang sebelumnya sama sekali tidak familiar dengan platform *marketplace* kini mampu memahami konsep, fitur, dan alur kerja penjualan online.
2. Kemampuan Praktis dalam Mengelola Toko Online: Program ini berhasil mengubah pengetahuan konseptual menjadi keterampilan praktis. Sebanyak 90% peserta berhasil membuat dan mengelola toko online mereka di platform Shopee dan Tokopedia secara mandiri dan benar. Kemampuan ini mencakup seluruh siklus penjualan, mulai dari mengunggah produk dengan foto dan deskripsi yang baik, mengatur harga, menerapkan strategi promosi, hingga memproses pesanan. Keberhasilan ini sangat dipengaruhi oleh metode pelatihan yang menekankan praktik langsung, sebuah pendekatan yang ditekankan oleh Hartanto & Lestari (2024) sebagai kunci penguasaan teknologi baru.
3. Peningkatan Volume Penjualan: Dampak paling nyata dari intervensi ini adalah pada kinerja bisnis. Monitoring selama dua bulan pasca-pelatihan menunjukkan peningkatan penjualan rata-rata Toko "NGE-CHEESE" sebesar 35% dibandingkan periode

sebelumnya. Peningkatan ini didorong oleh dua faktor utama: perluasan jangkauan pasar ke wilayah yang sebelumnya tidak terjangkau secara fisik, dan efektivitas strategi pemasaran digital seperti promo diskon dan pemanfaatan media sosial yang diajarkan selama pelatihan.

4. Perbaiki Manajemen Usaha: Selain peningkatan penjualan, pelatihan ini juga membawa dampak positif pada efisiensi operasional. Peserta menjadi lebih terampil dalam mengelola stok barang, mencatat transaksi secara digital, dan memantau performa toko melalui dasbor analitik yang disediakan platform. Transformasi dari pencatatan manual yang rentan kesalahan ke manajemen digital yang terstruktur membantu mengurangi potensi kerugian dan meningkatkan efisiensi waktu. Temuan ini sejalan dengan studi oleh Putri & Maulana (2022) mengenai manfaat manajemen digital bagi UMKM.

Pembahasan

Hasil yang signifikan ini bukanlah buah dari satu faktor tunggal, melainkan hasil dari sebuah desain intervensi yang holistik dan terstruktur. Analisis mendalam menunjukkan adanya rantai kausal yang jelas antara metodologi yang diterapkan dengan hasil yang dicapai. Sesi pelatihan intensif memberikan landasan *pengetahuan* (terbukti dari skor pasca-tes 85%). Sesi praktik langsung membangun *keterampilan* teknis (terbukti dari 90% peserta yang mahir). Namun, komponen yang menjadi kunci keberhasilan adalah tahap *pendampingan* pasca-pelatihan. Tahap inilah yang memberikan *dukungan* berkelanjutan bagi peserta untuk menerjemahkan pengetahuan dan keterampilan tersebut menjadi tindakan bisnis yang konsisten, membantu mereka mengatasi hambatan-hambatan nyata yang muncul di lapangan. Rantai kausal pengetahuan, keterampilan, dukungan, dan tindakan konsisten inilah yang secara langsung menghasilkan peningkatan penjualan sebesar 35%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan digital tidak dapat dicapai hanya melalui sebuah "acara" pelatihan satu kali, melainkan harus dirancang sebagai sebuah "proses" pendampingan yang berkelanjutan.

Selama pelaksanaan, beberapa tantangan ditemukan, seperti keterbatasan kualitas jaringan internet di beberapa titik lokasi dan kesulitan adaptasi bagi peserta yang berusia lebih tua atau kurang terbiasa dengan teknologi. Namun, tantangan ini justru memberikan sebuah pemahaman yang lebih dalam. Keberhasilan program *meskipun* dihadapkan pada tantangan-tantangan ini menunjukkan *robustness* atau ketangguhan model intervensi yang diterapkan. Ini menyiratkan bahwa kemajuan digitalisasi yang signifikan di tingkat akar rumput tetap mungkin dicapai bahkan tanpa kondisi infrastruktur yang sempurna. Hal ini menantang pandangan deterministik bahwa adopsi teknologi sepenuhnya bergantung pada pembangunan infrastruktur dari atas ke bawah (*top-down*). Sebaliknya, temuan ini menggarisbawahi bahwa strategi pembangunan kapasitas manusia dari bawah ke atas (*bottom-up*) dapat menjadi pendekatan yang lebih cepat dan efektif untuk mendorong inklusi digital.

PKM pada Toko "NGE-CHEESE" ini menyajikan seperti apa wujud konkret dari sebuah program pendampingan yang sukses dan terukur. Penelitian ini tidak hanya melaporkan sebuah proyek yang berhasil, tetapi juga menawarkan sebuah model intervensi yang telah divalidasi, lengkap dengan metrik keberhasilannya. Dengan demikian, model ini dapat menjadi acuan yang kuat bagi perancangan program-program pengabdian kepada masyarakat dan kebijakan pemberdayaan UMKM di masa depan, memastikan bahwa intervensi yang dilakukan dapat menghasilkan dampak yang nyata dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada pelatihan dan pendampingan pemanfaatan *e-commerce* pada Toko "NGE-CHEESE" telah berhasil mencapai tujuannya secara signifikan. Intervensi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku usaha, yang tercermin dari peningkatan drastis dalam pemahaman konseptual dan penguasaan keterampilan praktis dalam mengelola toko online. Kenaikan skor evaluasi dari

45% menjadi 85% dan kemahiran 90% peserta dalam mengelola platform secara mandiri menjadi bukti kuantitatif yang kuat.

Lebih penting lagi, program ini berhasil menerjemahkan peningkatan kapasitas digital menjadi dampak ekonomi yang nyata, yaitu peningkatan volume penjualan rata-rata sebesar 35% dan perbaikan efisiensi operasional. Hal ini mengonfirmasi bahwa adopsi *e-commerce*, apabila didukung dengan pemberdayaan sumber daya manusia yang tepat, merupakan solusi strategis untuk akselerasi pertumbuhan UMKM di era digital. Keberhasilan program ini sangat ditentukan oleh pendekatannya yang holistik dan multi-tahap, di mana integrasi sesi pelatihan intensif dengan periode pendampingan berkelanjutan menjadi faktor kunci. Pendampingan terbukti krusial dalam menjembatani jurang antara teori dan praktik, serta memastikan adopsi teknologi yang berkelanjutan.

Meskipun dihadapkan pada tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan adaptasi pengguna, model intervensi ini menunjukkan ketangguhannya dan tetap mampu memberikan hasil positif. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM melalui program pelatihan *e-commerce* yang terstruktur, praktis, dan berkelanjutan adalah langkah strategis yang relevan dan efektif. Ke depan, model ini direkomendasikan untuk dikembangkan lebih lanjut, diperluas cakupannya, dan didukung oleh kolaborasi lintas sektor agar dapat menjadi strategi nasional yang terukur dalam mendukung visi digitalisasi UMKM dan mendorong pembangunan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemilik dan seluruh staf Toko "NGE-CHEESE" di Kota Sorong yang telah menjadi mitra yang sangat kooperatif dan berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi juga disampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung kelancaran program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). *Penetrasi internet dan digitalisasi UMKM di Indonesia*. Jakarta: APJII Report.
- Chen, L., Zhang, Y., & Lee, S. (2023). The impact of e-commerce on small business growth. *Journal of Digital Commerce*, 15(2), 120-135.
- Hartanto, D., & Lestari, N. (2024). Structured training for SME digital transformation. *Journal of Digital Innovation*, 16(1), 71-85.
- Khairani, N. & Sendjaja, T. (2024). Akselerasi Transformasi Digital sebagai Katalisator Pertumbuhan Ekonomi: Studi Komparatif Kebijakan Singapura dan Indonesia. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 5(12), 2094-2103.
- Kurniawati, R., & Putra, A. (2022). Adopting e-commerce for MSME growth in Indonesia. *Indonesian Journal of Business and Technology*, 10(4), 45-59.
- Manuhutu, M. A., Ferdinandus, W., & Uktolseja, L. J. (2025). Rancang bangun e-Government: Transparansi dan pelayanan publik. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3571-3579
- Manuhutu, M. A., Manurung, T., & Uktolseja, L. J. (2025). Penerapan metode Rapid Application Development pada sistem informasi Sipani Store. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 8-18.
- Purba, D. S. et al. (2025). Analisis Perkembangan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 10(1).
- Putri, A., & Maulana, I. (2022). E-commerce management for SME efficiency. *Journal of Small Business Technology*, 9(2), 56-70.
- Rochmahwati, M. R. (2023). Analisis Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Pulau Jawa. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 7(03), 369-380.