

Strategi Digitalisasi Usaha SInar Yuti Melalui Pelatihan E-Commerce

Melda Agnes Manuhutu¹, I Dewa Ayu Nyoman Utari², Yahya³, Zeth⁴, Rafael⁵, Jalmijn Tindage⁶, Abraham Manuhutu⁷

^{1,2,3,4,5}Program Sistem Informasi, Universitas Victory Sorong ⁶Program Hukum, Universitas Victory Sorong, ⁷Program Studi Teknik Elektro, Politeknik Negeri Ambon

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

Abstract

Digital transformation presents significant opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to enhance their competitiveness; however, the digital skills gap remains a major barrier. This study aims to analyze the impact of a holistic e-commerce training and mentoring program on improving digital capacity and sales performance of the basic goods MSME "SINAR YUTI" in Sorong City. Using a single-case study design, the research employed structured stages involving needs analysis, intensive training, and two months of post-training mentoring through interviews and intervention activities. Evaluation results indicate a significant improvement in participants' capabilities. The average knowledge score related to e-commerce increased, and participants demonstrated practical skills in independently managing online stores. The most notable impact was observed in business performance, particularly in increased sales volume during the monitoring period. This study concludes that a holistic intervention model—integrating technical training with continuous mentoring—is a highly effective and replicable strategy for empowering MSMEs through digital means, even in areas facing infrastructure challenges. This model has proven effective in bridging the digital competence gap and directly transforming digital literacy into measurable business growth.

Keywords: E-commerce; MSMEs; Digital Training; Digital Literacy; Sales Growth

Abstrak

Transformasi digital menawarkan peluang signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing, namun kesenjangan kompetensi digital menjadi hambatan utama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari program pelatihan dan pendampingan e-commerce yang holistik terhadap peningkatan kapasitas digital dan kinerja penjualan pada UMKM Kebutuhan Sembako "SINAR YUTI" di Kota Sorong. Menggunakan desain studi kasus tunggal dengan pendekatan, wawancara dan intervensi dilakukan melalui serangkaian tahapan terstruktur yang mencakup analisis kebutuhan, pelatihan intensif, dan pendampingan pasca-pelatihan selama dua bulan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada kapabilitas peserta. Skor pengetahuan rata-rata peserta mengenai e-commerce meningkat dan peserta menunjukkan kemahiran praktis dalam mengelola toko online secara mandiri. Dampak paling signifikan terlihat pada kinerja bisnis, dengan peningkatan volume penjualan selama periode monitoring. Studi ini menyimpulkan bahwa model intervensi holistik yang mengintegrasikan pelatihan teknis dengan pendampingan berkelanjutan merupakan strategi yang sangat efektif dan dapat direplikasi untuk pemberdayaan digital UMKM, bahkan di daerah dengan tantangan infrastruktur. Model ini terbukti mampu menjembatani kesenjangan kompetensi dan secara langsung mengonversi literasi digital menjadi pertumbuhan bisnis yang terukur.

Kata Kunci: E-commerce; UMKM; Pelatihan Digital; Literasi Digital; Peningkatan Penjualan

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia (Fitri Nurul Aftitah et al. 2024; Ismail, K., Rohmah, M., & Putri, D. A. P. 2023; Saragih, A. B., Narwastu, R., & Simanjuntak, H. 2024; Tambunan, 2019). Di tengah perkembangan teknologi informasi yang pesat, digitalisasi menjadi langkah strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar (Manuhutu dkk., 2025). Salah satu bentuk digitalisasi yang semakin populer adalah penerapan website e-commerce (Hamzah, 2023). Website e-commerce memberikan peluang bagi UMKM untuk memasarkan produk secara online, tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi (Megasari, 2024; Memarista, G., Gunawan, E. T., & Kristina, N. 2024; Silaban, S., Kusnadi, N., & Feryanto, F. 2024). Dengan adanya platform digital ini, UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas,

meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat citra merek di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Namun, meskipun potensi digitalisasi sangat besar, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan website e-commerce secara optimal (Sihotang dkk., 2021). Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, infrastruktur, dan dukungan teknis. Oleh karena itu, penting untuk mendorong penerapan dan pemanfaatan website e-commerce sebagai bagian dari transformasi digital UMKM agar mereka dapat bertahan dan berkembang di era digital, sekaligus mendapatkan kepastian serta perlindungan hukum saat memanfaatkan teknologi sebagai platform bisnis.

Meskipun potensi digitalisasi sangat besar, banyak pelaku UMKM belum memanfaatkan website e-commerce secara optimal. Hambatan terbesar mencakup keterbatasan pengetahuan digital (human capital), infrastruktur teknis, dan dukungan operasional. Selain itu, penelitian hukum menunjukkan bahwa mayoritas UMKM masih kesulitan memahami kebijakan platform, perlindungan data pelanggan, serta rentan terhadap praktik persaingan tidak sehat seperti predatory pricing, sementara perlindungan dan penegakan hukum masih belum memadai. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengakselerasi penerapan website e-commerce dalam transformasi digital UMKM agar mereka dapat bertahan dan tumbuh di era digital.

Program Pengabdian kepada masyarakat (PKM) berfokus pada Toko "SINAR YUTI", sebuah UMKM sembako 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 program pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menganalisis secara sistematis dampak dari program pelatihan dan pendampingan *e-commerce* yang dirancang secara holistik. Program ini tidak hanya menyasar 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 khususnya pada daerah Sorong Papua Barat Daya.

2. METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang sebagai studi kasus tunggal (*single-case intervention study*) kualitatif untuk mengevaluasi efektivitas program pelatihan. 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 "SINAR YUTI". Tahap ini mencakup
 - a. identifikasi tingkat pemahaman pemilik dan staf mengenai konsep *e-commerce*;
 - b. analisis kendala spesifik yang dihadapi dalam operasional harian, dan;
 - c. pemetaan potensi digital yang belum termanfaatkan.

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. Tahapan Survei

2. Tahap 2: Sosialisasi dan Rekrutmen Peserta Tim pelaksana mengadakan sosialisasi kepada pemilik dan karyawan Toko "SINAR YUTI" 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 khususnya untuk UMKM SINAR YUTI
 - b) Pelatihan difokuskan pada praktik pembuatan dan pengelolaan akun toko di platform marketplace. Dalam hal ini, tim pelaksana juga membantu mitra dengan menyediakan dan membuatkan website sebagai etalase digital yang terintegrasi untuk mendukung pemasaran produk secara lebih luas dan profesional.
 - c) Teknik fotografi produk dan penulisan deskripsi yang menarik.
 - d) Strategi pemasaran digital dasar, termasuk pemanfaatan media sosial untuk promosi dan penggunaan fitur-fitur promosi di *marketplace*.
 - e) Manajemen inventaris digital dan pengelolaan pesanan.
 - f) Edukasi mengenai keamanan transaksi digital untuk melindungi penjual dan pembeli.
 - g) Metode penyampaian materi mengkombinasikan ceramah interaktif, demonstrasi langsung oleh instruktur, dan sesi praktik langsung (*hands-on*) di mana setiap peserta membuat dan mengelola toko online mereka 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 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 "SINAR YUTI". Temuan-temuan utama disajikan dan dibahas secara mendalam di bawah ini.

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

Elaborasi dari data pada tabel di atas adalah sebagai berikut:

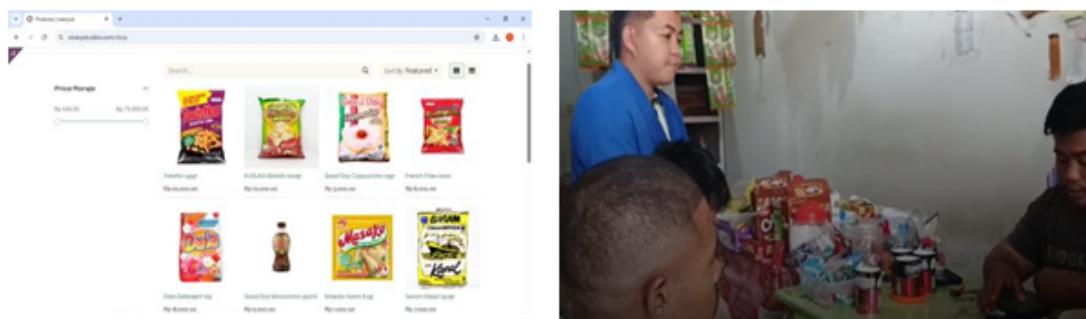
1. Peningkatan Pengetahuan Peserta tentang E-Commerce: Hasil evaluasi melalui wawancara dan data penjualan pada website Sinar Yuti menunjukkan lompatan pemahaman yang drastic setelah mengikuti pelatihan, ini membuktikan efektivitas kurikulum dan metode penyampaian materi dalam membangun literasi digital 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 hal ini dibuktikan dengan adanya keberhasil membuat dan mengelola toko online mereka 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 sembako "SINAR YUTI" 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. Perbaikan 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*. Sesi praktik langsung membangun *keterampilan teknis*. 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. 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. Kontribusi utama dari studi ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan bukti empiris yang spesifik dan terukur. Studi kasus pada Toko sembako "SINAR YUTI" ini menyajikan bagaimana wujud konkret dari sebuah program pendampingan teknologi bagi UMKM yang merintis dan terstruktur.



Gambar 2. Pengenalan Teknologi Web dan Literasi Hukum Digital

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) 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 sembako "SINAR YUTI" 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.

Lebih penting lagi, program ini berhasil menerjemahkan peningkatan kapasitas digital menjadi dampak ekonomi yang nyata, yaitu peningkatan volume penjualan 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 sembako "SINAR YUTI" 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

- Fitri Nurul Aftitah et al. (2024). *Pengaruh UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia pada Tahun 2023*. Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen, 3(1), 32–43.
- Hamzah, M., Maulana Azis, A. Y., Khairuddin, I., Anam, S., & Qudsi, Z. (2023). *Digitalisasi ekonomi: Peranan e-commerce dalam meningkatkan daya saing UMKM*. MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi, 3(1), 368–379.
- Ismail, K., Rohmah, M., & Putri, D. A. P. (2023). *Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia*. Jurnal Neraca, 7(2), 208–217.
- Manuhutu, M. A., Manuhutu, A., Manuhutu, M., 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).
- Megasari, L., Sardjana, S., & Jeperson, D. (2024). *Penerapan E-Commerce Bagi UMKM Sebagai Pemasaran Digital dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0*, *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(4)
- Memarista, G., Gunawan, E. T., & Kristina, N. (2024). *E-Commerce Usage and Indonesian MSME's Performance*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi Unsrat*, 10(2).
- Saragih, A. B., Narwastu, R., & Simanjuntak, H. (2024). *Peran UMKM dalam Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Perspektif Teori Schumpeterian*. Moneter: Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 3(2).
- Sihotang, T., Manuhutu, M.A. (2021). *Design of chips promotion and sale website*. *Electro Luceat: Jurnal Teknik Elektro*, 7(2), 42–47.
- Silaban, S., Kusnadi, N., & Feryanto, F. (2024). *The Impact of E-Commerce Implementation on the Performance of Micro and Small Industries in Indonesia*. Agrisocionomics, 8(1).
- Tambunan, T. (2019). *Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia*. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18.