

Digitalisasi Pemasaran dan Edukasi Hukum Digital bagi Pelaku Usaha Kios Wawa

Melda Agnes Manuhutu¹, I Dewa Ayu Nyoman Utari Sastrani², Agnes⁴, Citra⁵, Julia⁶, Kristin⁷,
Darma⁸, Lulu Jola Uktolseja⁹

^{1, 3, 4, 5, 6, 7, 8}, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Victory Sorong, ² Program Studi Hukum, Universitas Victory Sorong, ⁹ Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Victory Sorong
e-mail: melda.a.manuhutu@gmail.com, sastranidewa@gmail.com, lulujola39@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 "KIOS WAWA" 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: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki banyak pilihan untuk meningkatkan daya saing di era digital. Namun, kesenjangan keterampilan digital tetap menjadi hambatan utama. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menyediakan program pelatihan dan pembinaan e-commerce yang komprehensif terhadap kesiapan digital dan kinerja penjualan UMKM yang menjual barang kebutuhan pokok khususnya "KIOS WAWA" di Kota Sorong. PKM ini diselenggarakan dengan serangkaian langkah yang terstruktur dengan baik, termasuk penilaian kebutuhan dan pelatihan serta menggunakan pendekatan studi kasus tunggal dengan metode wawancara dan intervensi. Berdasarkan hasil PKM, kemampuan peserta telah meningkat secara signifikan. Peserta menunjukkan kemampuan praktis dalam mengelola toko online secara mandiri, dan skor pengetahuan e-commerce rata-rata meningkat secara signifikan. Peningkatan kinerja, yang terlihat dari pendapatan yang lebih tinggi selama periode pemantauan, merupakan efek yang paling menonjol. PKM ini menemukan bahwa intervensi teknologi yang menggabungkan pelatihan teknis dengan bimbingan berkelanjutan merupakan strategi yang sangat sukses untuk memberdayakan UMKM secara digital. Pendekatan ini efektif dalam menutup kesenjangan kompetensi digital dan mengubah literasi digital menjadi kemajuan bisnis yang nyata.

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

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat, digitalisasi menjadi langkah strategis dalam segala aspek (Manuhutu, 2020; Manuhutu 2021; Manuhutu dkk, 2021). Teknologi saat ini sangat membantu pemerintah serta masyarakat (Manuhutu, 2022; Manuhutu, dkk 2025) terutama bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu bentuk digitalisasi yang semakin populer adalah penerapan website e-commerce. Website e-commerce memberikan peluang bagi UMKM untuk memasarkan produk secara online, tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi (Manuhutu, 2025). 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 contohnya usaha yang dikembangkan oleh Firayanti pada bisnis UMKM Kios Wawa 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. Dari hasil wawancara Bersama Firayanti menyatakan bahwa keterbatasan pengetahuan digital (human capital), infrastruktur teknis, dan dukungan operasional — masalah yang sering ditemui dalam program onboarding digital di berbagai daerah. 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.

Studi kasus ini berfokus pada bisnis UMKM "KIOS WAWA", 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 dari artikel ini 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 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 bisnis UMKM "KIOS WAWA". Tahap ini mencakup
 - a. identifikasi tingkat pemahaman pemilik 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.
2. Tahap 2: Sosialisasi dan Rekrutmen Peserta Tim pelaksana mengadakan sosialisasi kepada pemilik bisnis UMKM "KIOS WAWA" 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
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 KIOS WAWA

- b. Pelatihan difokuskan pada praktik pembuatan dan pengelolaan akun toko di platform marketplace. Dalam hal ini, tim pelaksana juga membantu mitra dengan menyediakan dan membuat 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.



Gambar 1. Halaman Utama

Gambar diatas menunjukkan halaman utama dari website Kios Wawa yang di kembangkan sesuai dengan kebutuhan dari kios tersebut.



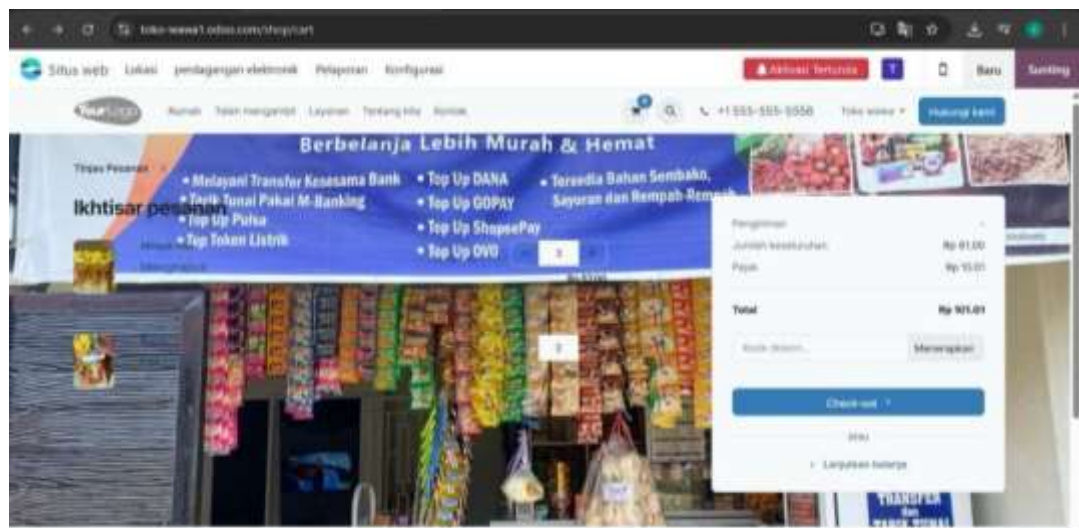
Gambar 2. Halaman Produk

Gambar diatas menunjukkan halaman produk. Dimana halaman ini pengunjung dapat melihat kategori dan harga sembako.



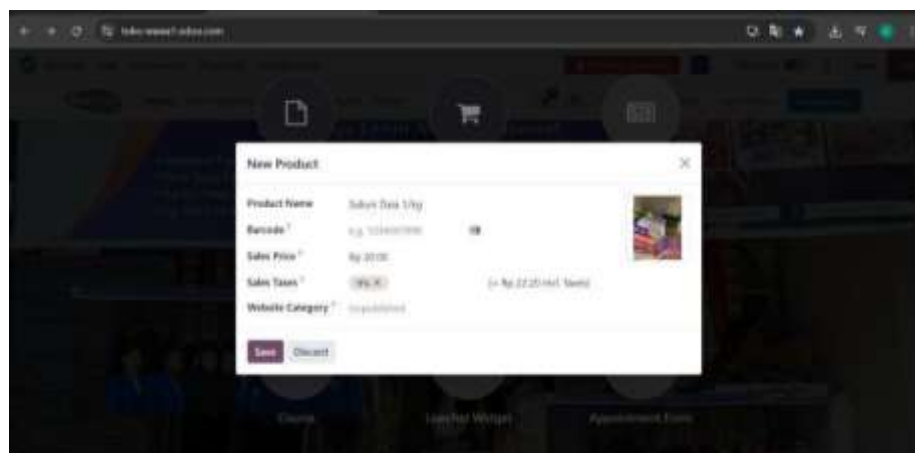
Gambar 3. Halaman Dashboard Admin

Gambar di atas merupakan halaman Dashboard Admin yang menampilkan beberapa menu yang dikelola oleh admin sistem kios wawa guna manajemen penjualan.



Gambar 4. Halaman Daftar Pesanan

Gambar di atas merupakan halaman daftar pesanan yang telah masuk atau terekap. Melalui halaman ini admin juga dapat memverifikasi kebenaran data pesanan yang masuk melalui sistem.



Gambar 5. Halaman tambah produk

Gambar di atas merupakan halaman tambah produk. Pada halaman ini admin dapat menambahkan produk sembako yang di jual melalui Kios Wawa.



Gambar 6. Halaman registrasi pembeli

Gambar ini merupakan halaman registrasi pembeli. Yang wajib di isi oleh konsumen yang akan melakukan pembelian pada Kios Wawa.

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 UMKM "KIOS WAWA". 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. 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 Kios Wawa menunjukkan lompatan pemahaman yang drastis 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 keberhasilan 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 online sembako "KIOS WAWA" 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—ini 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 "KIOS WAWA" ini menyajikan bagaimana wujud konkret dari sebuah program pendampingan teknologi bagi UMKM yang merintis dan terstruktur.

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 "KIOS WAWA" 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 "KIOS WAWA" 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

- Hartanto, D., & Lestari, N. (2024). Structured training for SME digital transformation. *Journal of Digital Innovation*, 16(1), 71–85.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Program digitalisasi UMKM 2024*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Manuhuttu, M. A. (2022). *Pelatihan Teknologi Jaringan Komputer dan Speaking Skill pada Usaha Kecil Menengah Sorong*. J-DEPACe (Journal of Dedication to Papua Community), 5(2), 126.
- Manuhutu, M. (2025, January). *Implementasi Metode Forward Chaining pada Pengembangan Sistem Pakar Tani Tanaman Buah Naga*. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 3(4)
- Manuhutu, M. A. (2021). *Design of Goods Inventory Information System at Hotel City View Sorong*. Electro Luceat.
- Manuhutu, M. A. (2021). *Web-Based Academic Information System at Muhammadiyah Al Amin Sorong Junior High School*. Electro Luceat, 7(2)
- Manuhutu, M. A., & Otniel, O. (2020). *Sistem Informasi Promosi Tempat Wisata di Kota Sorong Berbasis Website (Kasus: Kawasan Wisata Mangrove Klawalu)*. J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer & Informatika).

- Manuhutu, M. A., Ferdinandus, W., & Uktolseja, L. J. (2025, June). *Rancang Bangun E-Government: Transparansi dan Pelayanan Publik*. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(2), 3571–3579.
- Manuhutu, M., Manuhutu, A., & Uktolseja, L. J. (2025, April). *Penerapan Metode Rapid Application Development pada Sistem Informasi Sipani Store*. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(1)
- Putri, A., & Maulana, I. (2022). E-commerce management for SME efficiency. *Journal of Small Business Technology*, 9(2), 56–70.
- Sari, D., & Hidayat, T. (2023). Challenges of digital marketing among Indonesian SMEs. *Journal of Marketing and Management*, 12(1), 67–81.