

## **Pelatihan Pemanfaatan Platform Ecommerce Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Dan Keberlangsungan Bisnis Dimasa Pandemi (Studi Kasus: UMKM Di Medan)**

**Merry Moy Mita**

Prodi Pariwisata, Universitas Imelda Medan

\*e-mail koresponding: [merrymoymita@gmail.com](mailto:merrymoymita@gmail.com)

### **Abstrak**

Kemunculan Covid-19 ini memberi banyak efek yang dirasakan oleh berbagai kalangan pelaku bisnis salah satunya adalah para pelaku UMKM. Kondisi UMKM pasca pandemic Covid -19 menyerang sangat memperhatikan, keterbatasan akses serta kebijakan-kebijakan semakin membuat pelaku UMKM tidak memiliki kesempatan untuk bertahan, apalagi mengembangkan bisnisnya. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM yang ada di Kota Medan untuk mulai menggunakan platform ecommerce sebagai media penjualan yang baru ditengah keterbatasan interaksi, metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan metode ceramah serta memberikan 3 sesi interaksi pada kegiatan ini. Hasil dari pengabdian ini adalah pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha di Kota Medan mengenai platform ecommerce semakin meningkat yang ditunjukkan dengan antusias para peserta pelatihan.

**Kata kunci:** UMKM, Ecommerce, Covid-19

*The emergence of Covid-19 has had many effects felt by various business groups, one of which is MSMEs. The condition of MSMEs after the Covid-19 pandemic struck is very worrying, limited access and policies increasingly mean that MSMEs do not have the opportunity to survive, let alone develop their business. The aim of this community service activity is to provide knowledge and understanding to MSMEs in the city of Medan to start using the e-commerce platform as a new sales medium amidst limited interaction. The method used in this community service is the lecture method and giving 3 interaction sessions in this activity. The result of this service is that the knowledge and skills of business actors in Medan City regarding e-commerce platforms are increasing, as demonstrated by the enthusiasm of the training participants.*

**Keywords:** SMEs, E-commerce, Covid-19

### **1. PENDAHULUAN**

Hampir semua UMKM di Indonesia terdampak pandemi Covid-19, begitu juga dengan provinsi Sumatera utara khususnya Kota Medan yang merupakan wilayah Indonesia yang banyak memiliki keberagaman jenis UMKM. Kota Medan memiliki jumlah UMKM sebanyak 1.717 unit yang terdaftar di Dinas Kooperasi Medan. Kota Medan juga merupakan salah satu pelaku UMKM yang berhasil menyumbang pendapatan domestik regional bruto (PDRB) sebesar 29,46 % untuk provinsi Sumatera Utara (Dinas Koperasi Kota Medan, 2020). Menurut Dinas Koperasi Kota Medan (2020), pada masa Pandemi COVID-19 hampir semua UMKM mengalami dampak pendapatan yang sangat menurun, akibatnya kinerja UMKM Kota Medan saat ini mengalami penurunan.

Dalam hal ini, E-Commerce menjadi wadah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa menggunakan sistem elektronik seperti internet, aplikasi, atau jaringan komputer lainnya. E-Commerce merupakan singkatan dari Electronic Commerce yang

artinya adalah media elektronik yang digunakan sebagai sistem pemasaran. E-Commerce bukan merupakan sebuah barang ataupun jasa tetapi perpaduan antara barang dan jasa.

Ditengah banyaknya larangan untuk berpergian serta kebijakan pembatasan berskala besar (PSBB) yang banyak di Kota-Kota besar, e-commerce menjadi pilihan untuk tetap berbisnis walaupun kegiatannya dari rumah. Bertolak dari permasalahan tersebut maka UMKM di Kota Medan harus berinovasi dalam proses bisnisnya. Inovasi yang dapat dilakukan khususnya di tengah pandemi adalah mulai untuk menggunakan e-commerce. E-commerce memiliki berbagai fitur yang dapat mempermudah UMKM Kota Medan untuk menjangkau para pelanggan. Fitur-fitur yang ada di berbagai platform e-commerce tidak terbatas hanya fitur untuk mencari produk tetapi juga dilengkapi dengan jasa pengiriman serta ada diskon gratis ongkir ke seluruh Indonesia. Hal inilah yang harusnya disikapi oleh UMKM Kota Medan untuk bertahan serta mengembangkan bisnisnya.

Berdasarkan survei awal pada UMKM di Kota Medan masih banyak yang belum melakukan inovasi bisnis digital. Bisnis digital yang dilakukan oleh UMKM di Kota Medan masih banyak yang hanya melalui whatsapp. Penjualan melalui whatsapp jangkauan pasarnya hanya terbatas pada orang-orang disekitar. Hal inilah yang mengakibatkan pelaku UMKM di Kota Medan masih tertinggal dengan Kota-kota besar lainnya yang ada di Indonesia.

Kemudian, pelaku UMKM di Kota Medan juga belum secara aktif menggunakan e-commerce. Kebanyakan pelaku UMKM di toko Medan hanya melakukan pengecekan akun e-commerce mereka sekali setiap harinya. Bahkan masih sedikit yang rutin mengupload produk/jasa yang mereka tawarkan ke dalam akun e-commerce yang dimiliki.

## 2. METODE PENELITIAN/PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada tanggal 28 Juni 2022. Kegiatan lokakarya ini diikuti oleh 40 orang peserta yang merupakan pelaku UMKM yang ada di Kota Medan. Kegiatan pelatihan kepada pelaku UMKM di Kota Medan dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah dan simulasi tentang manfaat dari penggunaan platform e-commerce sebagai upaya peningkatkan kinerja dan keberlangsungan bisnis di masa pandemi.

### **Pelaksanaan Solusi Secara Sistematis:**

Proses yang dilakukan dalam mengimplementasikan metode penerapan tersebut adalah melaksanakan survei awal kelokasi, menjelaskan maksud dan tujuan rencana yang akan dilaksanakan, melakukan kerja sama ( membuat MoU).

Pada tahap pelaksanaan dilakukan penyuluhan kepada pelaku bisnis secara intensif kegiatan dilaksanakan di UMKM Kota Medan. Adapun pelatihan yang diberikan memberikan penyegaran dan pembinaan teknis tentang manfaat e-commerce bagi peningkatan kinerja serta keberlangsungan bisnis.

Evaluasi dilakukan dengan tanya jawab (diskusi) untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta pengabdian terhadap penyuluhan yang diberikan.

Tahap Pembuatan Laporan Pada tahap akhir dibuat laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tentang Pelatihan Dalam Pemanfaatan Platform Ecommerce Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja dan Keberlangsungan Bisnis Dimasa Pandemi.

### 3. HASIL KEGIATAN/PENEMUAN/DISKUSI

Kegiatan lokakarya ini terdiri dari 3(tugas) sesi yaitu pada sesi awal ceramah yang dilakukan oleh pemateri, sesi kedua adalah Tanya jawab oleh peserta PkM dan yang terakhir adalah sesi evaluasi serta penutupan kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh 40 pelaku UMKM.



Gambar 1. Diskusi dengan dinas UMKM Kota Medan

Pada setiap sesi pelatihan yang dilakukan, terlihat antusias dari peserta mengenai materi dan solusi yang dibawakan. Materi yang dibawakan mengenai Pemanfaatan Platform Ecommerce Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja dan Keberlangsungan Bisnis khususnya pada masa Pandemi. Tujuan dilakukannya kegiatan ini adalah untuk membantu masyarakat dalam memanfaatkan platform ecommerce dalam menyikapi pandemic yang menyerang dan kebijakan-kebijakan yang membatasi interaksi masyarakat secara luas.



Gambar 2. Penyampaian materi



Gambar 3. Sesi Tanya jawab

#### Adapun Satuan Acara Pelatihan:

Topik : Pelatihan Dalam Pemanfaatan Platform Ecommerce Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja dan Keberlangsungan Bisnis Dimasa Pandemi  
Sasaran : Pelaku UMKM Kota Medan

Tempat : Dinas UMKM Kota Medan  
Waktu : 1 x 50 menit

### I. Tujuan Instruksional Umum

Memberikan pembinaan serta motivasi tentang pentingnya menggunakan e-commerce sebagai wadah baru untuk melakukan transaksi bisnis.

### II. Tujuan Instruksional Khusus

Setelah diberikan penyuluhan diharapkan peserta mampu :

- a. Memberikan motivasi kepada UMKM Kota Medan untuk tetap semangat berjualan ditengah pandemi covid-19
- b. Mengetahui tentang pentingnya menggunakan platform e-commerce sebagai media peningkatan kinerja dan keberlangsungan bisnis di masa pandemi covid-19

### III. Materi

- a. Pengertian e-commerce
- b. Manfaat e-commerce bagi UMKM
- c. Fitur-fitur e-commerce
- d. Pentingnya e-commerce didalam bisnis

### IV. Metode

- 1) Ceramah
- 2) Diskusi
- 3) Tanya jawab

### V. Media

- 1) LCD / Flipchart
- 2) Laptop
- 3) Dokumen terkait

### VI. Kegiatan Penyuluhan

NO	WAKTU	KEGIATAN PENYULUHAN	KEGIATAN PESERTA
1	5 menit	Pembukaan membuka kegiatan dengan mengucapkan salam Memperkenalkan diri Menjelaskan tujuan dari penyuluhan Menyebutkan materi yang akan diberikan Menyampaikan kontrak waktu	Mendengarkan pembukaan yang disampaikan oleh moderator.
2	30 menit	Pelaksanaan Penyampaian materi oleh pemateri: a. Pengertian e-commerce b. Manfaat e-commerce bagi UMKM c. Fitur-fitur e-commerce d. Pentingnya e-commerce didalam bisnis	Mendengarkan dan memberikan umpan balik terhadap materi yang disampaikan.
3	30 menit	Tanya jawab	Mengajukan pertanyaan

		Memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya tentang materi yang kurang dipahami	
3	15 menit	Evaluasi Menanyakan kembali kepada peserta tentang materi yang telah diberikan kepada peserta yang dapat menjawab pertanyaan	Menjawab pertanyaan
4	5 menit	Penutup a) Mempersilahkan fasilitator dari pembimbing dan/atau pembimbing akademik untuk menambahkan ataupun menjelaskan kembali jawaban pertanyaan peserta yang belum terjawab. b) Menjelaskan kesimpulan dari materi penyuluhan c) Ucapan terima kasih d) Salam penutup	Mendengarkan dengan seksama dan menjawab salam

## VII. Kriteria Evaluasi

1. Evaluasi Struktur
  - a) Peserta hadir ditempat penyuluhan
  - b) Penyelenggaraan penyuluhan dilaksanakan di Dinas UMKM Kota Medan
2. Evaluasi Proses
  - a) Peserta antusias terhadap materi penyuluhan
  - b) Peserta mengajukan pertanyaan dan menjawab pertanyaan secara benar
3. Evaluasi Hasil  
Setelah penyuluhan diharapkan sekitar 90% peserta penyuluhan mampu mengerti dan memahami penyuluhan yang diberikan sesuai dengan tujuan khusus

## Pembahasan

Berdasarkan hasil evaluasi selama kegiatan dan jawaban peserta selama mengikuti pelatihan, terlihat adanya pengetahuan serta keterampilan yang baru mengenai platform e-commerce (Mita et.al 2020) . Peserta terlihat antusias untuk membuat akun toko mereka pada platform e-commerce seperti toko pedia, shopee dan lainnya sebagai tahap awal untuk memanfaatkan aplikasi jejaring online tersebut (Mahpuz et.al.2021). Selain itu, dari beberapa hasil wawancara dengan peserta pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan, kegiatan ini dianggap memberikan pengaruh yang positif bagi pelaku UMKM di Kota Medan. Bagi pelaku UMKM akan memberikan wawasan serta dapat memperluas jangkauan penjualan produk mereka, khususnya produk khas Kota Medan.

#### **4. KESIMPULAN**

##### **Simpulan**

Kegiatan lokakarya pelatihan ini berjudul Pelatihan Dalam Pemanfaatan Platform Ecommerce Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja dan Keberlangsungan Bisnis Dimasa Pandemi. Kegiatan ini berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan. Para peserta pelatihan yang terlibat juga sangat antusias untuk mengikuti setiap sesi yang ada. Sangat diharapkan kegiatan seperti ini dapat dilakukan secara berkala sebagai tindak lanjut dari MoU yang akan dilakukan. Kegiatan ini juga mampu memberikan gambaran dari setiap permasalahan yang dirasakan oleh pelaku UMKM pada masa pandemic covid-19. Sehingga dari program pelatihan ini, para pelaku UMKM dapat mulai aktif menggunakan platform ecommerce yang telah dibuat pada sesi pelatihan.

##### **Saran**

Untuk kegiatan serupa seperti ini, sangat disarankan untuk menyediakan waktu lebih dari satu hari, melihat antusias dan banyaknya topik menarik yang akan dibahas seputar ecommerce dan permasalahan yang dihadapi UMKM. Selain itu, panitia PKM mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak terkait yang ikut terlibat guna keberhasilan pengabdian kepada masyarakat, seperti Dinas UMKM, pihak Universitas Imelda Medan, dan rekan-rekan yang ikut terlibat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Mahpuz Bahtiar, H. Fathurahman, Nur, A. M. (2019). Pelatihan Pembinaan UMKM Berbasis Teknologi Informasi Untuk meningkatkan SDM Pelaku UMKM. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 2(2) 212-219
- Moy, M.M. Cahyadi, R.R. Anggareni, E. (2020). The Impact social media on knowledge creation, innovation, and performance n small and Medium Enterprises. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*. 6(1) 23-31