



PELATIHAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN JIWA KEPEMIMPINAN PARA PENGUSAHA MUDA YANG MELIBATKAN KARANG TARUNA DI LINGKUNGAN DESA TEGAL MANGGUNG DAN DESA PASIRNANJUNG

**Sinta Rusmalinda¹, Ella Dewi Latifah² &
Ajeung Syilva Syara Noor Silmi Sudrajat³**

¹ STAI Al-Falah Cicalengka, 40395
087887617841

sintarusmalinda@staialfalah.ac.id

² STAI Al-Falah Cicalengka, 40395
082219099415

ella@staialfalah.ac.id

³ STAI Al-Falah Cicalengka, 40395
089669424851

ajeungsyilva@staialfalah.ac.id

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2023-08-26

Revised : 2023-11-20

Accepted: 2024-01-31

KEYWORD

E-commerce

Young entrepreneurs

Youth organization

Training & Assistance

KATA KUNCI

E-commerce

Pengusaha Muda

Karangtaruna

Pelatihan &

Pendampingan

ABSTRACT

This service program aims to increase understanding and use of e-commerce among young entrepreneurs, especially Karangtaruna members in Pasirnanjung and Tegalmanggung Villages, Sumedang. This activity consists of three stages: planning, implementation, and evaluation. At the planning stage, a needs analysis and pre-test were carried out to measure initial knowledge about e-commerce. The training was held on 16-17 September 2022 with 25 participants, covering material about e-commerce taught by three resource persons. The evaluation stage involves a post-test to measure the increase in participants' knowledge and abilities. The results showed an increase in e-commerce management knowledge and skills among the participants.

ABSTRAK

Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan pemanfaatan e-commerce di kalangan pengusaha muda, terutama anggota karangtaruna di Desa Pasirnanjung dan Tegalmanggung, Sumedang. Kegiatan ini terdiri dari tiga tahap: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, dilakukan analisis kebutuhan dan pre-test untuk mengukur pengetahuan awal tentang e-commerce. Pelaksanaan pelatihan diadakan pada 16-17 September 2022 dengan 25 peserta, meliputi materi tentang e-commerce yang diajarkan oleh tiga narasumber. Tahap evaluasi melibatkan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan manajemen e-commerce di antara peserta.

A. PENDAHULUAN

Ditengah-tengah perkembangan zaman, pola atau cara hidup manusia juga semakin berubah dan meningkat. Banyak perubahan pada pola hidup manusia juga banyaknya inovasi yang tidak ada habis-habisnya, salah satunya yaitu pada bidang ekonomi, setiap kegiatan ekonomi kini mengalami perubahan, seperti apa yang dijelaskan dalam PP UMKM NO.7 Tahun 2021 yang menjelaskan terkait usaha mikro yang disebut sebagai kegiatan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga ataupun suatu badan usaha yang bukan merupakan anak suatu perusahaan dengan tujuan untuk memproduksi suatu produk baik jasa ataupun barang yang diperjual belikan dan memiliki modal usaha maksimal satu miliar rupiah. dan tidak termasuk kedalam tanah dan bangunan tempat mendirikan usaha dan omzet maksimal tahunan senilai dua miliar rupiah.

Sementara itu usaha kecil adalah suatu kegiatan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga ataupun suatu badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan tujuan untuk memproduksi suatu produk baik itu barang atau jasa yang diperjualkan dan memiliki modal usaha senilai lebih dari satu miliar rupiah hingga lima miliar rupiah, hal ini tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki omzet penjualan tahunan senilai dua miliar rupiah hingga lima miliar rupiah.

Sedangkan yang dimaksud dengan usaha menengah adalah kegiatan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan tujuan untuk memproduksi suatu produk baik itu barang atau jasa yang diperjualkan dan memiliki modal usaha senilai lebih dari lima miliar hingga sepuluh miliar rupiah, hal ini tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki omzet penjualan

tahunan senilai lima belas miliar rupiah hingga lima puluh miliar rupiah.

(UKM) Usaha Kecil dan Menengah merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan yang telah diatur di dalam Undang-Undang. UKM dapat diartikan sebagai salah satu bagian yang penting dari suatu perekonomian dari suatu negara maupun daerah. Istilah UKM sering digunakan dalam menjelaskan unit usaha kecil dan menengah.

Sedangkan (UMKM) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah lebih menitikberatkan pada cakupan unit usaha mikro. Baik UKM maupun UMKM memiliki arti yang berbeda, namun sebagian besar masyarakat lebih sering menggunakan istilah UMKM karena lebih mewakili dari ketiga unit usaha yang mencakup di dalamnya.

Pada tahun 1997 Indonesia pernah mengalami krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar AS serta krisis moneter yang berdampak pada perekonomian Indonesia. tentunya hal tersebut dapat menjadi pelajaran yang begitu penting agar Indonesia memiliki struktur ekonomi yang kuat yang difikirkan secara matang. saat terjadi krisis ekonomi yang melanda dunia perlu kita ingat hanya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang mampu bertahan, hal tersebut dibuktikan dengan Data Badan Pusat Statistik pasca krisis menyerang UMKM Mengalami peningkatan hingga mampu menyerap 85 juta sampai dengan 107 juta tenaga kerja sampai dengan tahun 2012. pada tahun 2012 tersebut terdapat sebanyak 56.539.560 unit pengusaha di Indonesia, UMKM sebanyak 56.534.592 unit, dan sisanya sebesar 0,01% atau sebesar 4,968 unit barulah usaha dengan skala besar.

Kejadian tersebut dapat menjadi contoh dan bekal untuk kita dalam memahami bahwa UMKM salah satu bentuk usaha yang cukup produktif sehingga perlu terus dikembangkan dan tentunya dapat mendukung ekonomi secara makro yang semakin berkembang

di Indonesia tentunya dan kedepannya dapat membuat sektor yang lainnya ikut berkembang pula. Bank merupakan salah satu faktor yang terpengaruh dari perkembangan UMKM yaitu karena hampir 30 % modal UMKM berasal dari modal yang diberikan oleh Bank. selain kesuksesan yang dibuktikan oleh UMKM di tengah gencaran krisis ekonomi yang melanda terdapat juga beberapa kelemahan lain, salah satunya yaitu pada kurangnya modal baik secara nominal ataupun secara pemberi modal. juga adanya tekanan serta sistem ekonomi yang tidak sehat membuat perkembangan UMKM terbatas.

MEA yang harus dihadapi Indonesia semakin menambah kekhawatiran Indonesia dalam menghadapi pasar bebas. UMKM dituntut harus mampu bersaing. Harapan Pemerintah ketika pelaksanaan Masyarakat *Economic Association of Southeast Asian Nations* yang dimulai pada akhir Tahun 2015 perlu dilakukan persiapan secara terintegrasi dan komprehensif, agar pelaksanaan Masyarakat Ekonomi *Association of Southeast Asian Nations* dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi kepentingan nasional.

Salah satu cara yang dapat dilakukan atau menjadi kesempatan untuk UMKM dapat ikut bersaing secara global yaitu dengan turut aktif dalam perkembangan pasar *e-commerce*, mengapa demikian yaitu karena dapat sebagai cara untuk melebarkan sayap promosi serta rekognisi mengenai yang UMKM miliki, dapat produk berupa jasa ataupun produk yang berupa produk. Seperti yang kita tau *e-commerce* merupakan salah astu aplikasi yang dapat menampung para pengusaha atau penjual untuk lebih dimudahkan dalam mempromosikan produknya karena konsumen dapat dengan mudah mengaksesnya, terlebih saat terjadi pandemi *covid-19*, terbatasnya akses membuat masyarakat semakin menjadikan aplikasi *e-commerce* sebagai salah satu tempat untuk bisa mengakses serta membeli setiap kebutuhan yang mereka perlukan.

Sosialisasi terkait *e-commerce* bagi pengusaha UMKM tentunya sangat dibutuhkan, tujuannya untuk mengenalkan bagaimana langkah-langkah dalam menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu platform yang bisa digunakans sebagai sarana penjualan bagi UMKM yang dengan mudah dapat bengan cepat diketahui oleh para konsumen. karena biloa UMKM ingin bisnisnya terus bertahan bahkan berkembang maka UMKM tersebut harus mampu mengikuti perkembangan zaman. dan saat ini akan mudah seorang pengusaha UMKM mempromosikan produknya dengan memanfaatkan *platfom e-commerce*. Aplikasi yang mudah digunakan ini akan memberikan banyak manfaat luar biasa bagi UMKM bila mereka benar-benar mnemahami bagaimana cara menggunakan dan memanfaatkan setiap apa yang disediakan oleh *e-commerce* tersebut.

Desa Pasirnanjung dan Desa Tegalmanggung merupakan Desa yang berada di Wilayah Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang, dan walaupun belum terlalu banyak pengusaha Muda di 2 (dua) desa tersebut namun menjadi penting untuk diperhatikan dan diberi wawasan serta informasi terkait *E-commerce* bagi pengusaha muda yang ada di sana, kebanyakan pengusaha muda di 2 (dua) desa tersebut yang merintis usahanya hanya mengandalkan promosi yang bersifat manual, hanya sekedar membuat banner atau tulisan informasi sederhana di dekat tempat usahanya, karenan mereka menganggap usahanya hanyalah usaha kecil. padahal apabila mereka memanfaatkan aplikasi *E-commerce* promosi yang dapat mereka lakukan lebih luas lagi, dan pada akhirnya akan membuat konsumen meraka lebih banyak lagi.

Latar belakang pendidikan mereka mayoritas lulusan SMP dan SMA, dan mereka juga sangat minim mendapatkan informasi terkait penjualan di *e-commerce*, belum lagi ilmu yang mereka dapat selama belajar di sekolah juga tidak mendukung atau tidak mengarah pada pendidikan kewirausahaan, sehingga

modal usaha mereka hanya keyakinan dan dana yang minim, tanpa ada perhitungan dan strategi yang khusus. Maka dari itu dapat dikualifikasikan beberapa permasalahan yang dihadapi pengusaha muda di Desa Pasirnanjung dan Tegalmanggung adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Permasalahan Pengusaha Muda Di Desa Tegalmanggung & Pasirnanjung

No	Permasalahan
1	Para Pengusaha Muda masih menggunakan sistem promosi manual
2	Para Pengusaha Muda belum mengenal dan mendapatkan Informasi Rinci atau Pelatihan terkait Penggunaan <i>E-Commerce</i>

Hadirnya *e-commerce* merupakan salah satu solusi bagi pengusaha untuk bisa meningkatkan promosi produk yang nantinya diharapkan dsapat meningkatkan penjualan produk. Tidak jarang kita dengar begitu banyak pengusaha yang akhirnya sukses karena mampu memanfaatkan aplikasi *e-commerce* dalam bisnisnya. dan sangat disayangkan mereka para pengusaha muda yang masih memiliki semangat dan juga tenaga yang baik, hanya menandakan sistem promosi dan penjualan yang manual, sehingga rasanya sangat sulit bila nantinya akan membuat mereka dapat bersaing dengan pengusaha lain, kondisi lingkungan serta pengalaman mereka yang minim di bidang berwirausaha membuat mereka juga terbatas dalam emmbuat ide promosi salah satunya dalam memanfaatkan aplikasi *e-commerce*. Walaupun mereka juga menyadari bahwa saat ini banyak yang sudah bergantung kepada *e-commerce* untuk membeli kebutuhan ataupun keinginanya karena dianggap lebih cepat, mudah dan juga murah. selain itu juga ketika kita memiliki toko di *e-commerce* sebetulnya kita tidak perlu khawatir dengan

tempat atau lokasi tempat kita berjualan, karena kita tidak perlu memiliki tempat yang strategis, karena orang tidak perlu mencari atau datang ke lokasi tempat kita berjualan. hnaya cukup saja melihat toko kita melalui aplikasi *e-commerce*.

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk memperluas pengetahuan dan ilmu para pengusaha muda di Desa Tegalmanggung dan Pasirnanjung yaitu dengan memberikan pelatihan berkala yang secara intensif memberikan bimbingan kepada mereka agar mulai tertarik dan mempertimbangkan serta turut aktif dalam menggunakan aplikasi *e-commerce* sebagai salah satu sarana promosi dan berjualan.

B. TINJAUAN LITERATUR

1. Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Pengertian UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam peraturan perundang - undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Kriteria UMKM adalah sebagai berikut:

2. Pengertian Usaha Mikro

Pengertian usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-

a. Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari

usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-.

- b. Usaha Menengah Pengertian usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2,5 .000.000,- milyar sampai Rp50.000.000.000,-.

3. Pengertian E-Commerce

E-commerce merupakan media yang digunakan sebagai transmisi (telekomunikasi) yang di dalamnya mencakup pertukaran, pembelian, dan penjualan suatu produk atau jasa yang menggunakan transportasi, baik secara fisik maupun digital dari lokasi ke lokasi (Greenstein, Marilyn dan Vasar helyi, 2002). Sebagai upaya mengembangkan bisnis, banyak hal yang perlu dilakukan, salah satunya adalah dengan menerapkannya sistem *e-commerce*. *E-commerce* dalam dunia usaha adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet dalam memudahkan kegiatan-kegiatan bisnis (Alwendi, 2020) Perdagangan elektronik adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi

mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll (Rehatalanit, 2021) Saat ini, setiap individu harus bersiap menghadapi pergeseran kebudayaan dimana setiap pemenuhan kebutuhan harus beriringan dengan perkembangan teknologi. Hal ini menjadi peluang bagi sebagian besar perusahaan *e-commerce* untuk menyajikan pasar dalam bentuk membeli dan menjual produk secara *online*. *e-commerce* mencakup segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis yang lebih luas (Rakhmawati et al., 2021). Era globalisasi ekonomi yang disertai dengan perkembangan pesat teknologi, telah memberi kesan kepada persaingan yang sangat hebat dikalangan pengusaha-pengusaha dan seterusnya mengakibatkan perubahan ekonomi dunia yang sangat pesat. Selain itu, Dalam penjualan produk juga harus menerima kenyataan akan perkembangan teknologi yang cendrung akan berdampak pada margin keuntungan. Dengan adanya bantuan pelatihan dan aplikasi *e-commerce* dapat meningkatkan motivasi bagi mitra untuk melaksanakan pemasaran terhadap produknya. (Evasari et al., 2019).

Solusi pemanfaatan teknologi tepat guna adalah berbisnis dengan teknologiyang dimiliki. Di dunia internet istilah "bisnis online" atau "technopreneur" saat ini sangatlah tidak asing. Peluang peluang positif yang menarik tersebar diberbagai website di Internet (Utami AD & Triyono R A, 2011).

C. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat Mengenai penggunaan *e-commerce*, peserta pelatihan yaitu Pengusaha Muda yang tergabung dalam karangtaruna Desa Pasirnanjung dan Desa Tegalmanggung Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang pada: Hari / Tanggal : Jumat 16 September - Sabtu 17 September 2022, Waktu : 09:00 – selesai di Aula Desa Pasirnanjung.

Pelaksanaan program pelatihan *e-commerce* merupakan salah satu upaya untuk menumbuhkan ekonomi masyarakat desa melalui penjualan *online* yang sedang marak dilakukan, sehingga selain berjualan atau berbelanja *offline* masyarakat juga dapat melakukan kegiatan tersebut secara *online* melalui aplikasi-aplikasi *e-commerce* yang ada misalnya menggunakan aplikasi yang tersedia di Indonesia seperti bukalapak, tokopedia, shopee, Lazada, dan lain sebagainya. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan menggunakan pendekatan internal dengan cara koordinasi dengan ketua Karangtaruna dan para peserta pengusaha muda, Tutor menjelaskan tentang *Electronic Commerce* atau *e-commerce* merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet*, tutor juga menjelaskan tentang manfaat *e-commerce* yaitu untuk memperluas pangsa pasar, menurunkan biaya sehingga harga jual bisa lebih rendah dan dapat dijangkau oleh konsumen. Pelatihan *e-commerce* merupakan salah satu program kerja dalam bidang ekonomi sebagai upaya memberikan ide, membangun dan mengembangkan perekonomian masyarakat setelah masa pandemi *COVID-19* terutama untuk kalangan remaja yang merupakan pengusaha muda.

Pelatihan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Jiwa Kepemimpinan Para Pengusaha Muda yang Melibatkan Karang Taruna di Lingkungan Desa Tegal Manggung dan Desa Pasirmanjung dilaksanakan dengan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Metode pelatihan dan pendampingan seperti yang dikemukakan oleh (Gunawan, 2022) adalah salah satu metode yang bisa digunakan untuk memecahkan permasalahan yang timbul dalam pengabdian masyarakat. Metode pelatihan dan pendampingan ini terdiri dari 3 tahap yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Objek yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pengusaha muda yang merupakan karangtaruna di

Desa Pasirmanjung dan Desa Tegal Manggung

Tabel 2. Metode Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Tahapan PKM	Uraian Kegiatan
1	Perencanaan	Melakukan rapat tim PKM Mengidentifikasi permasalahan mitra Mengidentifikasi kemampuan awal Pengusaha Muda yang tergabung melalui pretest via google forms Melakukan training need analysis
2	Pelaksanaan	Materi mengenai <i>e-Commerce</i> Materi mengenai macam-macam <i>e-Commerce</i> dan cara menggunakan akun <i>e-commerce</i> Materi mengenai cara mengembangkan promosi melalui <i>e-commerce</i> Pada pelatihan ini terdapat tiga narasumber, Sinta Rusmalinda S.A.B., M.M dan Ella Dewi Latifah, S.Pd, M.Pd yang menerangkan mengenai materi macam-macam <i>e-commerce</i> . Ajeung Syilva Syara S.H., M.H menerangkan mengenai materi pengembangan promosi melalui <i>e-commerce</i> . Peserta yang hadir pada kegiatan ini berjumlah 25 orang, mereka merupakan perwakilan dari Desa Pasirmanjung dan

		Desa Tegalmanggung yang tergabung dalam Karangtaruna, untuk menumbuhkan semangat berwirausahaan pengusaha muda. Bertempat di Aula Desa Pasirnanjung pada: Hari / Tanggal : Jumat 16 September - Sabtu 17 September 2022, Waktu : 09:00 – selesai.
3	Evaluasi	Pemberian <i>post test</i> via google forms untuk melihat kemampuan akhir pengusaha muda yang tergabung

D. HASIL

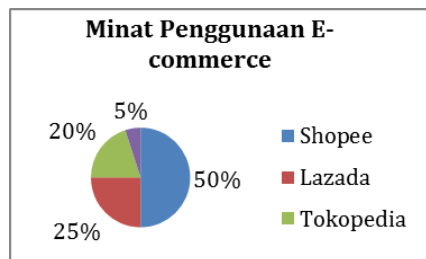
Dengan adanya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait dunia internet khususnya dalam bisnis *e-commerce* yang dikhususkan untuk para pengusaha muda yang terlibat di dalam karang taruna di Desa Pasirnanjung dan Desa Tegalmanggung Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang. kegiatan tersebut memberikan dampak dan hasil yang positif, karena dari jumlah peserta yang hadir mengaku belum memanfaatkan media *e-commerce* secara efektif khususnya untuk memanfaatkannya berjualan secara *online*. Sesuai kondisi masyarakat sekitar ada beberapa yang membuka usaha *counter* Pulsa, *home industry* makanan ringan dan lain sebagainya. Semenjak adanya *covid-19* ini ruang gerak para wirausaha rumahan sangat sempit untuk berjualan secara langsung. Tim memberikan pengetahuan terkait penggunaan media *e-commerce* seperti aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada untuk diaplikasikan sebagai media online dalam proses pemasaran produk usaha. Peserta sangat

tertarik dan antusias dengan adanya pelatihan *e-commerce* tersebut.

Para peserta memperhatikan dengan fokus ketika diberikan penjelasan mengenai pelatihan *e-commerce*. Peserta juga aktif bertanya mengenai hal yang belum dipahami atau ingin lebih diketahui terkait *e-commerce*. Selain itu, pada angket respon dari peserta menunjukkan hasil setuju bahwa pelatihan ini sangat menarik dan bermanfaat. Dengan adanya pelatihan *e-commerce* mencakup teori umum, persiapan, dan contoh berjualan online pada *marketplace* yang sudah disampaikan oleh salah satu tim, para peserta pengabdian kepada masyarakat mulai tertarik untuk memanfaatkan aplikasi tersebut baik untuk berjualan maupun membeli produk secara *online*. Dikesempatan pengabdian ini tim memberikan kesempatan kepada peserta untuk praktek langsung pembuatan akun, membuat nama toko, memasukkan deskripsi produk, jenis-jenis produk yang dijual para peserta, tetapi masih harus membutuhkan pendampingan. Namun demikian dengan adanya pelatihan ini masyarakat mulai mengerti dan melek teknologi, sehingga dapat memanfaatkan *handphone*, laptop yang ada dengan maksimal.



Gambar 1. Peserta dan Narasumber Pelatihan E-Commerce



Bagan 1. Minat Penggunaan E-commerce

Pada tabel jelas terlihat, bahwa minat para pengusaha muda yang mengikuti pelatihan terhadap jenis *e-commerce*, 50 % yang diminati adalah shopee, sisanya 25% Lazada, 20% Tokopedia, dan 5% adalah Bukalapak. Hal tersebut dipengaruhi dengan kemampuan atau penguasaan dalam mengoperasikan langkah-langkah yang mudah yang diberikan oleh toko *e-commerce*. Yang mana dapat diartikan bahwa mereka merasa shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang cukup mudah untuk digunakan, dengan fitur-fitur yang tersedia.

E. DIKUSI

Terdapat beberapa kajian yang juga dikemukakan oleh beberapa penelitian baik jurnal ataupun PKM yang berkaitan dengan pengusaha muda serta *e-commerce*, yaitu :

- Sari, Jurnal Universitas Surya Darma (Peran *E-Commerce* dalam Pengembangan Bisnis) *Electronic-Commerce(e-commerce):2023* atau perdagangan elektronik adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll
- Alwendi, Jurnal.undiknas.ac.id (Penerapan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha):2021 Hasil mencerminkan bahwa motif pengusaha dalam menerapkan *e-commerce* mengakses pasar global 56%, mempromosikan produk 63%, merek 56%, dekat dengan pelanggan 74%, membantu komunikasi dengan cepat ke pelanggan 63% dan memuaskan pelanggan 56%. Selain itu, manfaatnya memuaskan pelanggan 74% dan keunggulan kompetitif 81%. Hambatan yang dihadapi oleh pengusaha adalah 40% kekurangan sumber daya manusia, tingginya biaya 20%, kesulitan perizinan 20%, dan jaringan bisnis 20%.
- Ade Dwi Putra, jim.teknokrat.ac.id (Rancang Bangun Aplikasi *e-commerce* Untuk Usaha Penjualan Helm):2020 Website dalam bentuk *e-commerce* sudah merupakan kebutuhan dari bidang bisnis yang telah maju saat ini sebagai salah satu aspek penting yang mampu menarik minat konsumen sebagai jalur pemasaran baru dengan daya jangkauan pasar yang lebih luas.
- I Sidharta, B Suzanto, jurnal.stmik-mi.ac.id (Pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada *e-commerce*):2015 Menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap minat beli ulang
- konsumen Giggie Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung.
- Manap Solihat & Denda Sandika, jurnal.stie.asia.ac.id (*e-commerce* di Industri 4.0) 2022. *E-commerce* yang merupakan aktivitas jual beli atau jual beli berbasis online dimana transaksi antara penjual dan pembeli tidak secara tatap muka. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pemanfaatan *e-commerce* dalam berwirausaha di era industri 4.0.
- Belqis,Dyah,Tebyani, Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, (*E-commerce*) belakangan ini digemari oleh kalangan pebisnis baik besar maupun kecil. Hal ini karena promosi melalui media online atau pemasaran secara digital lebih mudah menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan atau menjual produknya sehingga sangat membantu pelaku bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui dampak penggunaan *e-commerce* yang dirasakan oleh pelaku bisnis UMKM. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara semi terstruktur kepada para pelaku usaha UMKM yang telah menggunakan *e-commerce* untuk memasarkan produknya.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, dapat membahas mengenai dampak *e-commerce* dalam pertumbuhan ekonomi pada pengusaha muda dan UMKM.

F. KESIMPULAN

Pelatihan dan pendampingan *e-commerce* dalam meningkatkan jiwa kepemimpinan bagi pengusaha muda yang melibatkan karang taruna di lingkungan Desa Tegalmanggung Dan Pasirnanjung Kabupaten Sumedang berjalan dengan lancar. Setelah mengikuti pelatihan para pengusaha muda khususnya karangtaruna di lingkungan desa pasirnanjung dan tegalmanggung menjadi lebih tertarik dan memahami bagaimana langkah-langkah penggunaan *e-commerce* serta manfaat yang dirasakan saat *menggunakan e-commerce* sebagai salah satu bentuk promosi serta aplikasi penjualan mereka. Dari beberapa *e-commerce* yang di perkenalkan mayoritas peserta pelatihan memilih menggunakan shopee sebagai *aplikasi e-commerce* yang dirasa mudah untuk mereka gunakan. dan setelah berjalan mereka merasakan peningkatan penjualan dengan promosi produk yang semakin luas. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dalam menilai dan melihat perkembangan *e-commerce* dalam kalangan UMKM khususnya anak muda yang sedang belajar dalam berbisnis.

G. PERSEMBAHAN

Terimakasih kepada LPPM Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Falah Cicalengka Bandung, serta para pengisi acara khususnya narasumber sebagai pelatih penggunaan *e-commerce* dan para peserta yang merupakan pengusaha muda dari karangtaruna desa pasirnanjung dan desa tegalmanggung kecamatan cimanggung kabupaten Sumedang, yang karna kebaikan serta dedikasinya, acara pelatihan *e-commerce* serta kepemimpinan bagi pengusaha muda yang melibatkan karangtaruna Di Desa Pasirnanjung Dan Tegalmanggung Kecamatan Cimanggung Kabupaten

Sumedang dapat berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang memuaskan.

H. REFERENSI

Journal Artikel

- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Journal Undiknas*. Diambil dari <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magistermanajemen>
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal IAI*. Diambil dari <https://jurnal.iaii.or.id>
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran *e-commerce* terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. Diambil dari <https://ejournal.unp.ac.id>
- Jauhari, J. (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan *e-commerce*. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*. Diambil dari <https://ejournal.unsri.ac.id>
- Pranata, I. M. A., & Darma, G. S. (2014). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Bisnis, Undiknas*. Diambil dari <https://journal.undiknas.ac.id>
- Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*. Diambil dari <https://jim.teknokrat.ac.id>
- Salami, R. U., & Bintoro, R. W. (2013). Aletnratif Penyelesaian Sengketa Dalam Sengketa Transaksi Elektronik (E-Commerce). *Jurnal Dinamika Hukum*. Diambil dari <https://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id>
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada *e-commerce*. *Jurnal Computech &*

Bisnis (e-Journal). Diambil dari
<https://jurnal.stmik-mi.ac.id>

Solihat, M., & Sandika, D. (2022). E-commerce di Industri 4.0. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia. Diambil dari
<https://jurnal.stie.asia.ac.id>

Internet Website

Ahmad. (n.d.). Pengertian E-Commerce: Jenis, Contoh, dan Manfaat. Gamedia Blog. Diambil dari
<https://www.gamedia.com/literasi/e-commerce/>

Hardiansyah, Z. (2022, September 26). Pengertian e-commerce, Jenis, Contoh dan Manfaatnya. Kompas.com. Diambil dari
<https://tekno.kompas.com/read/2022/09/26/10150007/pengertian-e-commerce-beserta-jenis-contoh-dan-manfaatnya>

Buku

Ahmada, C. (2017). E-business & E-commerce. Jakarta Pusat: Penerbit Andi.

Julianti, S. (2018). Mastering Packaging For E-Commerce. Jakarta: Gramedia.



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).