

PEMBERDAYAAN KEMITRAAN MELALUI PENGEMBANGAN E-COMMERCE UNTUK UMKM PRODUKSI BONEKA YAN'S COLLECTIONS KARAWANG

Oleh:

Didi Juardi¹, Eka Yusup², Irfan Sophan Himawan³.

¹Prodi Informatika, Fasilkom, Universitas Singaperbangsa Karawang

²Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Singaperbangsa Karawang

³Prodi Akuntansi, FE, Universitas Muhammadiyah Sukabumi

[1didi.juardi@staff.unsika.ac.id](mailto:didi.juardi@staff.unsika.ac.id)

[2eka.yusup@fisip.unsika.ac.id](mailto:eka.yusup@fisip.unsika.ac.id)

[3irfan.sophan@gmail.com](mailto:irfan.sophan@gmail.com)

Abstrak

Program Pengembangan *E-Commerce* untuk *Yan's Collections* Karawang bertujuan untuk memberikan dukungan dan pelatihan bagi karyawan UMKM. Inisiatif ini bertujuan untuk mendorong inovasi dan meningkatkan kapasitas produksi dan penjualan, serta meningkatkan kesadaran karyawan tentang pentingnya mereka dalam *platform digital* sebagai pasokan produk lokal. Program ini mencakup kesadaran sosial, pelatihan, adopsi teknologi, implementasi, evaluasi, dan implementasi program. Kesadaran sosial melibatkan penyediaan pengetahuan tentang konsep *e-commerce*, manfaat, dan potensi, melalui seminar, lokakarya, dan pertemuan dengan karyawan dan staf UMKM. Pelatihan mencakup pelatihan komprehensif tentang penggunaan *platform e-commerce*, manajemen inventaris *online*, media sosial, dan aspek teknologi yang relevan. Adopsi teknologi melibatkan mengintegrasikan teknologi *e-commerce* ke dalam manajemen toko *online*, mengintegrasikan sistem pembayaran, dan menciptakan katalog *online* yang kuat. Evaluasi dan implementasi melibatkan konsultasi rutin dengan konsultan bisnis dan *e-commerce* untuk mengatasi teknis, pemasaran, manajemen inventaris, dan masalah lainnya. Implementasi program melibatkan penyediaan dukungan berkelanjutan kepada masyarakat untuk membantu UMKM beradaptasi dengan tantangan baru dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Ini termasuk mengidentifikasi bidang untuk perbaikan atau peningkatan berdasarkan analisis data, analisis pasar, dan perencanaan strategis berdasarkan hasil evaluasi.

Kata Kunci: *UMKM, Yan's Collections, Online, E-Commerce*

Abstract

The e-commerce development program for Yan's Collections Karawang aims to provide support and training for MSME employees. This initiative aims to encourage innovation and increase production and sales capacity, as well as increase employee awareness of their importance in digital platforms as a supply of local products. This program includes social awareness, training, technology adoption, implementation, evaluation, and program implementation. Social awareness involves the provision of knowledge about the concept of e-commerce, benefits, and potential, through seminars, workshops, and meetings with employees and MSME staff. Training includes comprehensive training on the use of e-commerce platforms, online inventory management, social media, and relevant technology aspects. Adoption of technology involves integrating e-commerce technology into online store management, integrating payment systems, and creating strong online catalogs. Evaluation and implementation involve routine consultations with business consultants and e-commerce to overcome technical, marketing, inventory management, and other problems. The implementation of the program involves the provision of sustainable support to the community to help MSMEs adapt to new challenges and adapt to technological advances. This includes identifying fields for improvement or improvement based on data analysis, market analysis, and strategic planning based on evaluation result.

Keywords: *MSMEs, Yan's Collections, Online, E-Commerce*

PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi daerah. Di tengah era *digital* saat ini, perkembangan teknologi informasi dan

komunikasi telah menciptakan berbagai peluang bagi pelaku usaha, termasuk UMKM. Salah satu kesempatan tersebut adalah melalui pengembangan *e-commerce*, yang dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan akses pemasaran, memperluas

jaringan, dan mengoptimalkan penjualan produk.

Yan's Collections, sebagai produsen boneka di Karawang, memiliki potensi yang besar dalam menciptakan produk berkualitas yang dapat bersaing di pasar. Namun, masih terdapat tantangan dalam hal pemasaran dan distribusi, terutama pada pemanfaatan platform digital yang belum maksimal. Oleh karena itu, kegiatan "Pemberdayaan Kemitraan Melalui Pengembangan *E-Commerce* untuk UMKM Produksi Boneka *Yan's Collections* Karawang" ini diadakan dengan tujuan untuk memberikan dukungan dan pelatihan yang diperlukan bagi para pelaku UMKM.

Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat terjalin kemitraan yang kuat antara UMKM, pemerintah, dan pihak swasta, sehingga dapat menciptakan inovasi dan meningkatkan kapasitas produksi serta pemasaran. Selain itu, inisiatif ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya kehadiran mereka di platform digital sebagai usaha untuk memperkuat daya saing produk lokal.

Dengan adanya pendampingan dalam bidang *e-commerce*, UMKM di Karawang, khususnya *Yan's Collections*, diharapkan dapat memanfaatkan teknologi untuk mencapai target pasar yang lebih luas, meningkatkan keuntungan, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Melalui sinergi dan kolaborasi, diharapkan UMKM di Karawang dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

METODE

Metode tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam pemanfaatan *e-commerce* pada UMKM produksi boneka *Yan's Collections* Karawang sebagai berikut:

Sosialisasi : Kegiatan Sosialisasi merupakan bidang permasalahan yang ditangani pada mitra dalam Bidang Produksi dan Bidang Pemasaran. Kegiatan sosialisasi untuk memberikan pemahaman kepada UMKM *Yan's Collections* tentang konsep *e-commerce*, manfaatnya, dan potensi yang dimiliki. Sosialisasi ini dilakukan melalui seminar, lokakarya, brosur, atau pertemuan langsung dengan pemilik UMKM dan para karyawan. Langkah konkrit dari kegiatan sosialisasi adalah Mengadakan kegiatan seminar atau lokakarya untuk membahas peran *e-commerce* dalam meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi, materi

penjelasan tentang bagaimana *e-commerce* dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi stok dan pengiriman, dan mengurangi biaya operasional.

Pelatihan : Kegiatan Pelatihan merupakan bidang permasalahan yang ditangani pada mitra dalam Bidang Produksi dan Bidang Pemasaran. Kegiatan pelatihan yang komprehensif kepada pemilik dan karyawan UMKM *Yan's Collections* tentang penggunaan platform *e-commerce*, manajemen inventaris online, penggunaan media sosial untuk pemasaran, dan aspek teknis lainnya yang relevan. Langkah konkrit dari kegiatan pelatihan yaitu Pelatihan praktis tentang manajemen inventaris dan produksi yang terintegrasi dengan platform *e-commerce*. dengan materi penggunaan sistem manajemen inventaris terkini yang terhubung langsung dengan toko *online*, pengaturan proses produksi yang efisien, dan manajemen pesanan secara *online*.

Penerapan Teknologi : Kegiatan Penerapan Teknologi merupakan bidang permasalahan yang ditangani pada mitra dalam Bidang Produksi. Membantu UMKM *Yan's Collections* dalam menerapkan teknologi *e-commerce* dengan memberikan dukungan dalam pembuatan dan pengelolaan toko *online* mereka. Ini mungkin melibatkan pembuatan situs web toko *online*, integrasi sistem pembayaran, dan konfigurasi fitur-fitur penting lainnya. Langkah konkrit dari kegiatan Penerapan Teknologi adalah Bimbingan dalam memilih dan mengimplementasikan perangkat lunak atau sistem *e-commerce* yang sesuai, dengan materi Panduan dalam memilih platform *e-commerce* yang cocok, integrasi sistem pembayaran yang aman, dan pembuatan katalog produk *online* yang menarik.

Pendampingan dan Evaluasi : Kegiatan Pendampingan merupakan bidang permasalahan yang ditangani pada mitra dalam Bidang Manajemen. Memberikan pendampingan dan bimbingan secara langsung kepada UMKM *Yan's Collections* selama mereka mengembangkan dan menjalankan operasi *e-commerce* mereka. Tim pendamping dapat membantu dalam menangani masalah teknis, strategi pemasaran, manajemen inventaris, dan hal-hal lain yang mungkin timbul selama proses. Langkah konkrit dari kegiatan Pendampingan adalah Konsultasi reguler dengan ahli bisnis atau konsultan *e-commerce* untuk memberikan dukungan manajemen, dengan materi diskusi

tentang strategi manajemen bisnis, pengembangan rencana pemasaran, dan pengelolaan keuangan yang terintegrasi dengan operasi *e-commerce*. Sementara itu Kegiatan Evaluasi merupakan bidang permasalahan yang ditangani pada mitra dalam Bidang Manajemen. Melakukan evaluasi berkala terhadap kemajuan yang dicapai oleh UMKM *Yan's Collections* dalam memanfaatkan *e-commerce*. Tinjau metrik seperti pertumbuhan penjualan, jumlah pelanggan baru, tingkat konversi, dan umpan balik pelanggan untuk menilai efektivitas program dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Langkah konkrit dari kegiatan Evaluasi adalah Tinjauan berkala terhadap kinerja bisnis dan operasional UMKM setelah menerapkan solusi *e-commerce*, materi Analisis terhadap metrik kinerja seperti peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan tingkat kepuasan pelanggan.

Keberlanjutan Program : Memastikan program pengabdian kepada masyarakat ini berkelanjutan dengan menyediakan dukungan jangka panjang kepada UMKM *Yan's Collections*. Ini dapat meliputi penyediaan sumber daya tambahan, pelatihan lanjutan, akses ke informasi terbaru tentang *e-commerce*, dan kolaborasi antara UMKM dengan pemangku kepentingan lainnya. Langkah konkrit dari kegiatan Keberlanjutan Program adalah Menyediakan akses terstruktur ke sumber daya dan dukungan ahli untuk membantu UMKM dalam menghadapi tantangan baru dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Melakukan evaluasi berkala untuk memantau kemajuan UMKM dan mengidentifikasi peluang perbaikan atau peningkatan dengan analisis lanjutan tentang data kinerja, pemantauan tren pasar, dan penyesuaian strategi berdasarkan hasil evaluasi dari Keberlanjutan Program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan dari identifikasi mitra yaitu UMKM *Yan' Collections* Boneka Karawang banyak membantu dalam pelaksanaan kegiatan abdimas oleh tim abdimas dari Universitas Singaperbangsa Karawang dan Universitas Muhammadiyah Sukabumi, dimana pelaksanaan kegiatan abdimas tersebut di rumah produksi boneka Kampung Baru Timur Desa Pucung Kecamatan Kotabaru Kabupaten Karawang.

Mitra mengembangkan usaha produksi aneka boneka melalui *marketing digital* yang berbasis *e-commerce* dalam upaya

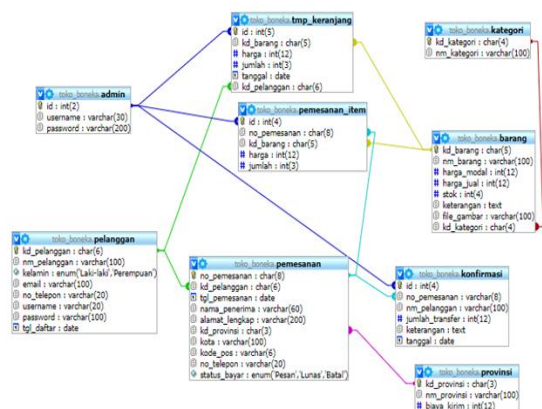
meningkatkan penjualan produk aneka boneka *Yan's Collections*, dimana upaya tersebut salah satunya mengembangkan model boneka baru yang sedang viral di masyarakat yaitu model boneka Labubu seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Model Boneka Labubu

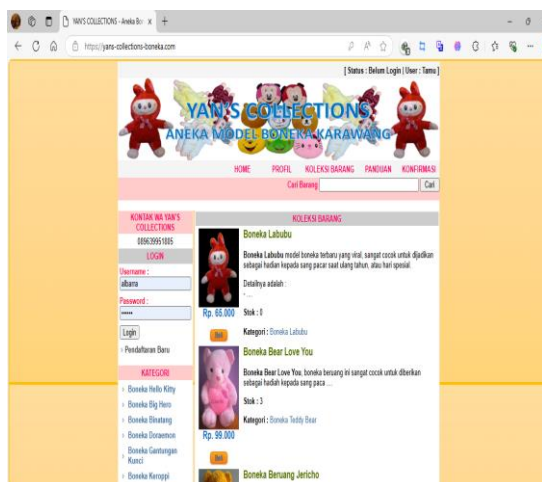
Melihat potensi mitra yang berpengalaman dalam memproduksi aneka boneka lokal yang baik namun masih ada permasalahan dalam memasarkan produk aneka boneka lokal yang belum luas dan keterampilan dalam manajemen usaha dan kewirausahaan, tim abdimas bersama mitra sepakat untuk merintis usaha baru agar lebih profesional khususnya *E-Commerce Yan's Collections* yang memproduksi aneka boneka dan tentunya dapat memicu produksi lainnya sebagai unggulan dan ciri khas dari masyarakat Desa Pucung Kecamatan Kotabaru Kabupaten Karawang.

Hasil rancangan aplikasi *e-commerce* adalah sebagai berikut: (1) Desain Database *e-commerce*. Untuk menyusun basis data, perlu dibuat *diagram class* yang berfungsi untuk menggambarkan hubungan antar elemen data yang terlibat dalam pengembangan aplikasi *e-commerce*. Hasil dari Desain E-R diagram *e-commerce Yan's Collections* dapat dilihat pada gambar 2. (2) Hasil Desain Tampilan Halaman Utama *E-commerce Yan's Collections*. Setelah desain *class diagram* selesai, langkah selanjutnya adalah menghasilkan rancangan antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) yang merupakan tampilan aplikasi *e-commerce* saat pertama kali dibuka (halaman utama).



Gambar 2. E-R Diagram

Tampilan dari halaman utama web *e-commerce Yan's Collections* terlihat pada gambar 3, dalam tampilan tersebut terlihat di pojok kiri atas tulisan "YAN'S COLLECTION", tampilan menu produk aneka boneka dan kategori produk boneka. Kiri terlihat tulisan "KONTAK WA YAN'S COLLECTIONS", Transaksi dan Kategori Produk.



Gambar 3. Halaman Utama

Sesuai dengan rancangan yang telah ditetapkan sebelumnya, tampilan *website e-commerce* ini terdiri dari berbagai menu yang dirancang untuk memudahkan operasi para pengguna. Menu-menu tersebut terletak di bagian atas atau samping halaman dan mencakup Profil, Panduan, Koleksi Barang, dan Konfirmasi Barang. Di sisi kanan, terdapat informasi detail mengenai produk yang dijual, yang meliputi gambar produk, harga, dan spesifikasi atau keterangan terkait produk tersebut.

Sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya, tampilan *website e-commerce* ini dirancang dengan berbagai

menu yang bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam beroperasi. Menu-menu ini dapat ditemukan di bagian atas atau samping halaman dan mencakup Profil, Panduan, Koleksi Barang, serta Konfirmasi Barang. Di sisi kanan, terdapat informasi rinci mengenai produk yang dijual, yang mencakup gambar produk, harga, serta spesifikasi atau keterangan terkait produk tersebut.

Transaksi dalam *e-commerce* adalah elemen krusial dari *e-commerce* yang berfungsi untuk melakukan pemesanan dan penjualan produk. Informasi mengenai transaksi pertama kali digunakan oleh pelanggan saat mereka melakukan pemesanan barang. Setiap barang yang akan dibeli perlu dimasukkan ke dalam keranjang belanja, sehingga dapat mengontrol barang-barang yang akan dibeli, termasuk jumlah dan harganya.

Pada gambar 4 di bawah ini, dapat dilihat tampilan halaman keranjang belanja dari transaksi pelanggan yang akan melakukan pembelian barang.



Gambar 4. Halaman Transaksi

Pelanggan atau pembeli yang melakukan transaksi pemilihan barang yang dimasukkan dalam keranjang belanja harus melakukan pengecekan terhadap barang yang dipilih atau dipesan, serta memastikan informasi profil pelanggan atau pembeli yang melakukan pemesanan. Untuk keamanan, setiap pelanggan diwajibkan untuk melakukan pendaftaran terlebih dahulu melalui proses pendaftaran pelanggan sebelum melakukan transaksi pemesanan atau pembelian barang.

Pendampingan Manajemen Usaha dan Kewirausahaan

Dalam pendampingan peserta, untuk mempermudah pemahaman mereka, dilakukan pelatihan mengenai cara-cara mendirikan usaha dan manajemen kewirausahaan. Proses pendampingan ini melibatkan konsultasi dengan mitra, yaitu *Yan's Collections*, serta melakukan tinjauan lapangan untuk mengevaluasi citasi dan kondisi mitra di lokasi yang akan dijadikan basis usaha. Mitra juga diberikan kesempatan untuk berkonsultasi dengan instruktur atau mentor mengenai manajemen usaha dan pembentukan kewirausahaan melalui telepon, *WhatsApp*, *e-mail*, maupun *video conference* menggunakan *Zoom* atau *Google Meet*.

Peserta yang terlibat dalam pendampingan pemanfaatan *e-commerce* sebagai media penjualan *online* serta pemahaman tentang *marketing digital* berbasis *e-commerce* terdiri dari para pengrajin UMKM *Yan's Collections* dan masyarakat yang tinggal sekitar rumah produksi mereka. Para peserta ini merencanakan dan mengoordinasikan pembentukan usaha *e-commerce* yang telah ada maupun yang akan dirintis.

Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk membekali para peserta dengan pemahaman dan keahlian dalam manajemen usaha, khususnya manajemen usaha kecil. Selain itu, diharapkan peserta juga mampu merencanakan pembangunan wirausaha baru sesuai dengan tahap-tahap umum yang berlaku sesuai dengan aturan yang ada.

Dalam pendampingan ini, materi yang disampaikan mengenai manajemen usaha dan kewirausahaan meliputi: (1) Manajemen Usaha Kecil beserta aturan-aturan yang berlaku, (2) Administrasi dan Tata Buku, (3) Strategi Manajemen Pemasaran yang berbasis *e-commerce*, (4) Inventori, dan (5) Cara Mendirikan Usaha serta Berwirausaha.

Pelatihan dan Pendampingan Dasar E-Commerce

Pelatihan dasar *e-commerce* dilaksanakan sebagai fondasi yang penting untuk pelatihan *e-commerce* yang lebih mendalam. Pelatihan tersebut bertujuan untuk menerapkan aplikasi *e-commerce* yang berbasis CMS dan SEO, dengan pengembangan aplikasi yang dilengkapi dengan fitur-fitur sesuai kebutuhan pengguna serta pendampingan dalam pengelolaan *e-commerce Yan's Collections*.

Waktu pelaksanaan pelatihan dasar *e-commerce* berlangsung selama kurang lebih 18 jam efektif, yang dilakukan dalam rentang waktu tiga hari. Metode yang digunakan adalah melalui percobaan langsung dengan komputer yang terhubung ke internet, di mana komputer tersebut telah dilengkapi dengan beberapa aplikasi pendukung untuk pembuatan *e-commerce*.

Materi dasar web *e-commerce* yang disampaikan adalah tentang web *e-commerce* yang berbasis open source, yang berfungsi sebagai landasan untuk mempublikasikan tulisan-tulisan artikel dan gambar-gambar, dilengkapi dengan berbagai fitur yang ada di dalamnya. Tujuan dari materi ini adalah agar peserta dapat memahami dasar-dasar *e-commerce*, yang nantinya dapat diterapkan dalam pengembangan web berbasis CMS untuk *e-commerce* yang akan dikembangkan.

Tujuan dari pelatihan *e-commerce* yang bersifat *open source* adalah untuk memungkinkan peserta pelatihan mengembangkan aplikasi *e-commerce* menggunakan *template* yang tersedia secara gratis. Dengan demikian, siapa pun bisa memanfaatkan, mengunduh, dan mengembangkan *template* tersebut tanpa biaya. Kecuali, jika ingin meng-*online*-kan aplikasi tersebut dengan menggunakan *domain* yang profesional, maka akan ada biaya yang diperlukan.

Selain melaksanakan pelatihan *e-commerce* secara *online*, juga penting untuk mempersiapkan pelatihan offline. Hal ini bertujuan agar setiap kali pelaksanaan pembelajaran mengenai pembangunan *e-commerce* tidak tergantung pada ketersediaan koneksi internet. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, diperlukan instalasi lokal (*localhost*), sehingga setelah pelatihan *Prestashop* secara langsung di laboratorium, peserta dapat melanjutkan pelatihan secara mandiri menggunakan PC atau laptop mereka.

Setelah melaksanakan pendampingan dan pelatihan kepada para pengelola *Yan's Collections*, kegiatan pengabdian yang dilakukan pada UMKM *Yan's Collections* Karawang, memungkinkan pemantauan dan evaluasi, serta memberikan solusi bagi para pengrajin *Yan's Collections* dan masyarakat sekitar tempat produksi boneka di Desa Pucung. Hal ini diupayakan untuk memajukan UMKM *Yan's Collections* di Karawang sebagai penghasil boneka unggulan lokal, serta melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pucung, khususnya pada UMKM *Yan's*

Collections, sebagai target dalam pelatihan untuk meningkatkan penjualan produk boneka yang beragam melalui pemberdayaan *E-Commerce Yan's Collections*.

Tabel 1. Monitoring, Evaluasi dan Solusi Kegiatan Abdimas

Kegiatan Lapangan/Monitoring	Evaluasi	Solusi
Survei untuk kegiatan abdimas	Mitra abdimas yaitu UMKM <i>Yan's Collections</i> dan masyarakat sekitar rumah pengrajin boneka Desa Pucung Karawang	Pendampingan kegiatan pengelolaan manajemen produksi boneka produksi <i>Yan's Collections</i>
Wawancara dengan Pemilik <i>Yan's Collections</i>	Diskusi pengembangan usaha pemasaran produk aneka boneka secara luas	Pelatihan pemasaran secara <i>online</i> via media <i>social</i> dalam memasarkan produk boneka dari <i>Yan's Collections</i>
Diskusi pengelolaan usaha UMKM <i>Yan's Collections</i>	Kemampuan para pengelola UMKM <i>Yan's Collections</i> dalam kapasitas pengelolaan usaha secara <i>digital</i>	Pelatihan bagi para pengelola UMKM <i>Yan's Collections</i> bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha melalui <i>E-Commerce</i> . Kegiatan ini diselenggarakan oleh tim abdimas yang berkolaborasi dengan para pakar di bidang pengelolaan usaha.
Diskusi inovasi dalam meningkatkan minat pembeli produk aneka boneka <i>Yan's Collections</i>	Kerjasama dengan masyarakat Desa Pucung, mahasiswa dan tim abdimas	Pembuatan desain model dan foto boneka menarik atau yang trend seperti boneka Labubu.

Luaran Yang Dicapai

Bidang Produksi : Capaian luaran bidang produksi dalam ketersediaan bahan baku adalah dengan pemenuhan kebutuhan bahan baku dengan harga yang kompetitif akan menentukan persentase peningkatan ketersediaan bahan baku. Indikator capaian dalam bidang produksi terlihat pada table-2

Tabel 2. Capaian Luaran Bidang Produksi

Solusi	Capaian Luaran	Indikator Capaian
Ketersediaan Bahan Baku	Pemenuhan kebutuhan bahan baku dengan harga yang kompetitif	Adanya persentase peningkatan ketersediaan bahan baku (menurut pemilik <i>Yan's Collections</i>), dan kemudahan bahan baku di toko sekitar pengrajin boneka
Efisiensi Proses Produksi	Peningkatan efisiensi proses produksi	Penurunan waktu siklus produksi, peningkatan jumlah produksi per unit waktu
Kualitas Produk	Peningkatan kualitas produk yang dihasilkan	Penurunan tingkat produk cacat karena dilakukan rumah (kontrakan) khusus finishing dan pengecekan produksi, peningkatan rating kualitas produk oleh pelanggan

Bidang Manajemen Usaha : Capaian luaran dalam bidang Manajemen Usaha adalah pengelolaan arus kas yang lebih baik dan terstruktur, peningkatan efisiensi dalam pengelolaan persediaan serta peningkatan ketrampilan dan pengetahuan tim dalam mengelola toko *online*. Indikator capaian dalam bidang Manajemen Usaha terlihat pada table-3.

Tabel 3. Capaian Luaran Bidang Manajemen Usaha

Solusi	Capaian Luaran	Indikator Capaian
Manajemen Keuangan	Pengelolaan arus kas yang lebih baik dan terstruktur	Waktu pemrosesan transaksi keuangan, peningkatan keuntungan bersih
Manajemen Persediaan	Peningkatan efisiensi dalam pengelolaan persediaan	Penurunan biaya penyimpanan, peningkatan tingkat pelayanan pelanggan berkat ketersediaan stok yang lebih baik
Pengembangan SDM	Peningkatan keterampilan dan pengetahuan tim	Penurunan tingkat kesalahan dalam pengelolaan <i>e-commerce</i> , peningkatan kepuasan karyawan dalam kemampuan mengelola toko <i>online</i>

Bidang Pemasaran : Capaian luaran bidang Pemasaran adalah meningkatkan visibilitas dan penjualan *online*. Indikator capaian dalam bidang Pemasaran terlihat pada table-4.

Tabel 4. Capaian Luaran Bidang Manajemen Usaha

Solusi	Tujuan Penyelesaian Luaran	Indikator Capaian
Pemasaran	Meningkatkan visibilitas dan penjualan <i>online</i>	1. Jumlah pengunjung unik ke situs web <i>e-commerce</i> setiap bulan
		2. Konversi pengunjung menjadi pelanggan (adanya pesanan order dalam jumlah besar)

SIMPULAN DAN SARAN

Melalui pelatihan dan pendampingan, kami berhasil meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM mengenai *marketing digital*, manajemen konten, dan penggunaan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. pengembangan *e-commerce* adalah langkah penting dalam memajukan UMKM dan mampu meningkatkan daya saing produk lokal. Kami mendorong para pelaku UMKM untuk terus mengembangkan kemampuan mereka dan memanfaatkan teknologi informasi dalam menjalankan usaha.

Simpulan

Peningkatan Pengetahuan: Peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan mengenai *e-commerce*, termasuk teknik pemasaran *online* dan cara mengelola toko *online*.

- Implementasi *E-Commerce*: UMKM *Yan's Collections* telah berhasil mengimplementasikan platform *e-*

commerce, yang memungkinkan mereka untuk menjual produk boneka secara online. Ini dapat meningkatkan visibilitas produk dan potensi penjualan.

- Kemitraan yang Stabil: Terjalin hubungan kemitraan yang kuat antara pelaku UMKM dengan pihak-pihak lain seperti penyedia layanan *e-commerce*, yang diharapkan dapat membantu mereka dalam pengembangan usaha ke depannya.
- Penguatan *Brand*: Melalui strategi *digital marketing* yang diterapkan, *brand Yan's Collections* mulai dikenal lebih luas, dan hal ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Saran

Fasilitasi pelatihan tentang peningkatan kualitas produk, seperti teknik pembuatan boneka yang lebih menarik dan berkualitas, sehingga produk dapat bersaing di pasar, melanjutkan program pelatihan secara berkala untuk memastikan UMKM terus *update*

pengetahuan mereka terkait tren *marketing digital*, penggunaan alat analitik, serta perkembangan *e-commerce* terkini.

Bekerjasama dengan lembaga keuangan untuk memfasilitasi akses modal bagi UMKM yang ingin melakukan ekspansi usaha, seperti mengembangkan *varian* produk baru atau meningkatkan kapasitas produksi

DAFTAR PUSTAKA

- Camilleri, M. A. (n.d.-a). E-commerce websites, consumer order fulfillment and after-sales service satisfaction: The customer is always right, even after the shopping cart check-out. *Journal of Strategy and Management*, 15(3), 377–396. doi: 10.1108/JSMA-02-2021-0045.
- Chen, M., & Long, Y. (n.d.). Empowering Rural Revitalization: Unleashing the Potential of E-commerce for Sustainable Industrial Integration. *Journal of the Knowledge Economy*. doi: 10.1007/s13132-024-01813-3.
- Han, F., & Li, B. (2021). Exploring the effect of an enhanced e-commerce institutional mechanism on online shopping intention in the context of e-commerce poverty alleviation. *Information Technology and People*, 34(1). doi: 10.1108/ITP-12-2018-0568
- Jauhari, A., Najib, M., & Aminah, M. (2022). Perilaku Adopsi E-Commerce Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 13(4), 336–350. doi: 10.29244/jmo.v13i4.37567
- Juardi, D., Solehudin, A., Sulaeman, S., Tira, S., & Farizi, A. (2022). Pelatihan Pengelolaan Komoditas Kopi Sanggabuana Berbasis E-Commerce pada BUMDes Buana Mekar Karawang. 2(April), 16–26.
- Kala'lembang, A. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 54. doi: 10.25273/capital.v4i1.7358
- Li, G., & Zhang, H. (n.d.). The Efficiency and Challenges of E-Commerce Logistics in Enhancing Market Access for Agricultural Products in Rural China. *Law And Economy*, 3(2), 31–43. doi: 10.56397/le.2024.02.07.
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 34–40. doi: 10.54783/ap.v3i1.6
- Nuraini AS, Cahyaningrum Y, Sunardi Moch, Rohmah S, Hayati CN. Ggs-Speed: Aplikasi Inovatif Ekonomi Digital Sebagai Terobosan Online Service Guna Pengembangan Umkm Masyarakat Telang. *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*. 2023;6(2):107–16.
- Oktaviani, N. P. S., Wardani, K. D. K. A., & Gorda, A. A. Ngr. E. S. (2022). Penggunaan E-Commerce dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bambu di Desa Kerobokan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(02), 208–214. doi: 10.25134/empowerment.v5i02.4620
- Saepuloh, A., & Suryani, Y. (2023). PENDAMPINGAN UMKM SALE PISANG MELALUI STRATEGI REPACKAGING, REBRANDING, DAN DIGITAL MARKETING. 8(2), 187–192. doi: doi.org/10.26740/abdi.v8i2.19498
- Shabur, M. M., & dkk. (n.d.). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1).
- Sudrartono, T. (2019). Efektivitas Strategi Bauran Pemasaran terhadap Daya Saing Produk Boneka. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 121–129.
- Tirtana, A., Zulkarnain, A., Kristanto, B. K., Suhendra, S., & Hamzah, M. A. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 14(2), 101. doi: 10.32815/jitika.v14i2.473
- Trisnawarman, D., Imam, M. C., Chan, J., Dayanti, A. P., & Nurain, A. (2021). Pembuatan Aplikasi Ecommerce Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Waroeng Bu Dhevi. *Prosiding SENAPENMAS*, 831. doi: 10.24912/psenapenmas.v0i0.15110
- Wulan, O. :, Sari, P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). DIGITAL BRANDING UMKM MELALUI KOMUNIKASI VISUAL. 8(2), 129–134. doi: 10.26740/abdi.v8i2.15923