

## Transformasi Digital: Pelatihan E-Commerce untuk Meningkatkan Wirausaha di Villa Mutiara Serpong

### *Digital Transformation: E-Commerce Training to Increase Entrepreneurship at Villa Mutiara Serpong*

Agus Sriyanto<sup>1</sup>, Yugi Setyarko<sup>2</sup>, Teja Endra Eng Tju<sup>3</sup>, Rina Ayu Vildayanti<sup>4</sup>, Astrid Dita Meirina Hakim<sup>5</sup>, Aris Wahyu Kuncoro<sup>6</sup>

Universitas Budi Luhur Jakarta

Email : [aris.wahyukuncoro@budiluhur.ac.id](mailto:aris.wahyukuncoro@budiluhur.ac.id)

---

#### **Article History:**

Received: March 1, 2024

Accepted: April 1, 2024

Published: April 30, 2024

#### **Keywords:**

digital transformation, e-commerce, training, entrepreneurship, Villa Mutiara Serpong, marketplace, social media.

**Abstract:** *The Villa Mutiara Serpong Pondok Jagung Complex is a dynamic environment with various social activities involving all community groups. This Community Service Activity (PKM) aims to improve the entrepreneurial spirit of citizens through e-commerce training. The methods used include identifying needs, planning and implementing training programs, and evaluating results. The training carried out covers the basic principles of e-commerce, the implementation process, utilization of the marketplace, and use of social media for product promotion. The results show an increase in citizens' understanding and skills in e-commerce, which has the potential to improve local business development and community welfare.*

---

#### **Abstrak**

Kompleks Villa Mutiara Serpong Pondok Jagung merupakan lingkungan yang dinamis dengan berbagai kegiatan sosial yang melibatkan seluruh kelompok masyarakat. Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan jiwa wirausaha warga melalui pelatihan e-commerce. Metode yang digunakan meliputi identifikasi kebutuhan, perencanaan dan pelaksanaan program pelatihan, serta evaluasi hasil. Pelatihan yang dilakukan mencakup prinsip dasar e-commerce, proses pelaksanaannya, pemanfaatan marketplace, dan penggunaan media sosial untuk promosi produk. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan warga dalam e-commerce, yang berpotensi meningkatkan pengembangan bisnis lokal dan kesejahteraan masyarakat.

**Kata Kunci:** transformasi digital, e-commerce, pelatihan, wirausaha, Villa Mutiara Serpong, marketplace, media sosial.

## **PENDAHULUAN**

### **Analisis Situasi**

Kompleks Villa Mutiara Serpong Pondok Jagung menjadi tempat yang dinamis dengan berbagai kegiatan yang melibatkan semua kelompok masyarakat, mulai dari anak-anak hingga ibu-ibu. Partisipasi aktif dalam kegiatan yang diorganisir oleh Rukun Tetangga (RT) menunjukkan semangat kebersamaan yang tinggi di kalangan warga. Kegiatan inklusif ini menciptakan atmosfer yang hangat dan ramah di kompleks tersebut.

Tidak hanya kegiatan umum, berbagai inisiatif khusus untuk ibu-ibu seperti PKK, imunisasi balita, pengajian, dan arisan juga memperlihatkan komitmen untuk meningkatkan

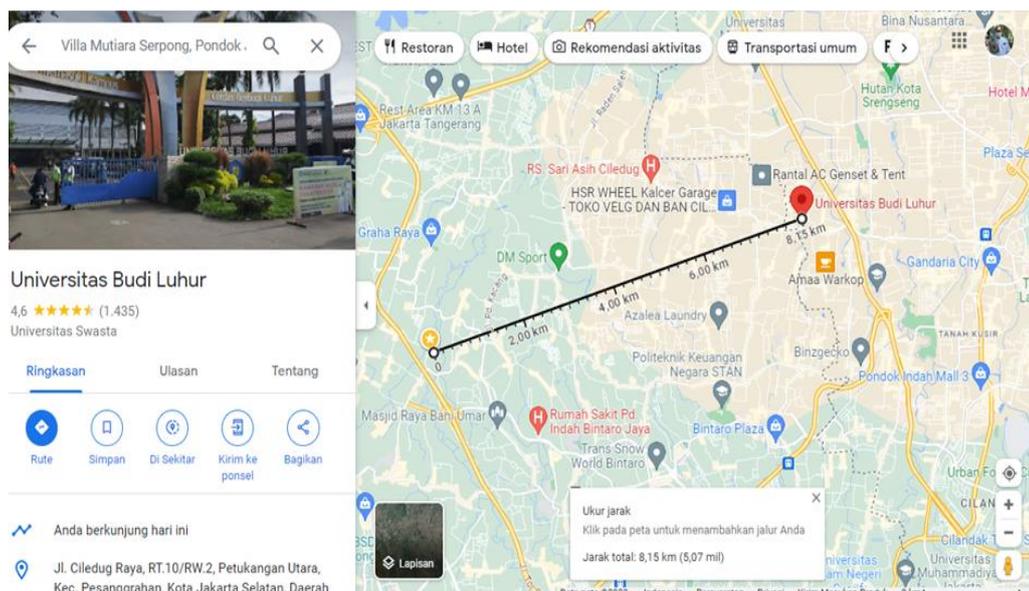
---

\* Aris Wahyu Kuncoro<sup>6</sup>: [aris.wahyukuncoro@budiluhur.ac.id](mailto:aris.wahyukuncoro@budiluhur.ac.id)

kesejahteraan dan pendidikan bagi perempuan di kompleks ini. Upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan warga diwujudkan melalui kegiatan di aula sekretariat karang taruna RT 003/012, seperti ceramah, tausiah, seminar, dan pelatihan, yang menciptakan lingkungan pembelajaran yang holistik dan mendukung pertumbuhan masyarakat.

Mayoritas warga Villa Mutiara Serpong adalah pekerja, menciptakan keberagaman profesi di antara bapak-bapak dan ibu-ibu. Keragaman ini menjadi landasan yang kuat untuk pengembangan kegiatan ekonomi lokal. Semangat kewirausahaan warga kompleks ini terlihat dari berbagai jenis usaha yang dijalankan, seperti perdagangan pakaian, makanan ringan, dan rumah makan. Semangat kewirausahaan ini tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan lokal tetapi juga berkontribusi pada keberagaman ekonomi di kompleks.

Transformasi digital telah menjadi pendorong utama dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan, bisnis, dan ekonomi. E-commerce merupakan bagian integral dari transformasi digital yang mengubah cara orang berbisnis, membeli, dan menjual produk (McKinsey & Company, 2020). Transformasi digital tidak hanya mencakup adopsi teknologi baru tetapi juga perubahan dalam cara berpikir dan bertindak yang diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi tersebut (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014). Dalam konteks kewirausahaan, transformasi digital dapat membuka peluang baru bagi para pengusaha untuk memperluas pasar mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan berinovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan (Bughin et al., 2019).



**Gambar.1. Peta Lokasi Kegiatan**

## **Permasalahan Mitra**

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian masyarakat dalam memanfaatkan media e-commerce mencakup beberapa aspek kritis yang perlu ditangani secara holistik. Pertama, sebagian besar warga menghadapi kendala dalam memahami prinsip dasar e-commerce. Ini menciptakan hambatan dalam partisipasi aktif mereka dalam perdagangan elektronik, mengurangi potensi pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Kedua, kurangnya pemahaman tentang proses pelaksanaan e-commerce, mulai dari pembelian hingga pembayaran, menjadi tantangan yang signifikan. Tanpa pemahaman yang memadai, kepercayaan konsumen untuk bertransaksi online dapat terhambat, mengakibatkan potensi penurunan penjualan dan pertumbuhan ekonomi lokal.

Selain itu, kurangnya pemanfaatan fasilitas marketplace sebagai platform untuk menjual produk menjadi permasalahan lain yang dihadapi oleh warga. Marketplace dapat menjadi alat yang efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan visibilitas produk, namun kurangnya pemahaman ini dapat menghambat potensi peningkatan penjualan. Permasalahan yang tak kalah penting adalah kurangnya pemahaman tentang cara menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk. Media sosial merupakan alat pemasaran yang kuat dan efektif dalam ekosistem bisnis modern, namun kurangnya keahlian dalam memanfaatkannya dapat membatasi akses mitra pengabdian kepada pasar yang lebih luas.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berfokus pada pendekatan yang komprehensif dan terstruktur untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh warga Villa Mutiara Serpong dalam memanfaatkan e-commerce. Pendekatan ini didasarkan pada teori-teori transformasi digital dan adopsi teknologi yang telah banyak dibahas dalam literatur akademis.

Transformasi digital adalah perubahan yang menyeluruh dalam cara organisasi beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan dengan memanfaatkan teknologi digital (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014). E-commerce, sebagai salah satu komponen utama transformasi digital, memungkinkan bisnis untuk memperluas jangkauan pasar mereka secara global, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi (Bughin et al., 2019). Adopsi e-commerce juga terkait erat dengan teori inovasi difusi, yang menjelaskan bagaimana, mengapa, dan pada tingkat adopsi teknologi baru di masyarakat (Rogers, 2003)

**a. Tahap Persiapan**

1. **Identifikasi Kebutuhan:** Tahap awal dalam metodologi pengabdian kepada masyarakat adalah mengidentifikasi kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh mitra, dalam hal ini warga masyarakat terkait kurang pemahaman tentang e-commerce. Ini dapat dilakukan melalui survei, wawancara, atau diskusi dengan mitra untuk memahami permasalahan yang mereka hadapi secara lebih mendalam.
2. **Perencanaan Program Pelatihan:** Berdasarkan identifikasi kebutuhan, program pelatihan dirancang untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi. Program ini dapat mencakup berbagai topik seperti prinsip dasar e-commerce, proses pelaksanaan e-commerce, pemanfaatan marketplace, dan penggunaan media sosial untuk promosi produk. Perencanaan program pelatihan harus memperhitungkan metode pengajaran yang efektif dan relevan dengan kebutuhan mitra.
3. **Pengembangan Materi Pelatihan:** Setelah perencanaan program, materi pelatihan disusun dengan cermat. Materi ini harus mencakup konsep-konsep dasar e-commerce, langkah-langkah praktis dalam menjalankan bisnis online, strategi pemasaran melalui media sosial, dan praktik terbaik dalam memanfaatkan marketplace. Materi pelatihan dapat disusun dalam berbagai format, termasuk presentasi, modul pembelajaran, dan studi kasus.

**b. Tahap Pelaksanaan**

Adapun tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat sebagai berikut :

1. **Pelaksanaan Pelatihan:** Program pelatihan kemudian dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Pelatihan dapat dilakukan secara langsung atau daring, tergantung pada kondisi dan preferensi mitra. Selama sesi pelatihan, fasilitator harus memastikan bahwa materi disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh peserta. Selain itu, interaksi antara peserta juga harus didorong untuk memfasilitasi pertukaran ide dan pengalaman.
2. **Evaluasi dan Pembaharuan:** Setelah pelatihan selesai, dilakukan evaluasi untuk mengevaluasi efektivitas program. Evaluasi dapat meliputi penilaian terhadap pemahaman peserta tentang materi, tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan, dan dampak pelatihan terhadap keterampilan dan pengetahuan peserta. Berdasarkan hasil

evaluasi, program pelatihan dapat diperbaharui atau disesuaikan untuk meningkatkan efektivitasnya pada pelaksanaan selanjutnya.



**Gambar.1.2.TIM Pelaksanaan PKM**



**Gambar.13 Peserta Kegiatan PKM**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pelatihan e-commerce pada tanggal 20 Januari 2024 di Villa Mutiara Serpong, Tangerang Selatan, Banten, berlangsung dengan lancar dan menghasilkan beberapa pencapaian yang signifikan. Dengan total peserta sebanyak 25 orang, kegiatan ini berhasil

memberikan dampak positif bagi partisipan dalam memperluas pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan e-commerce untuk pengembangan bisnis.

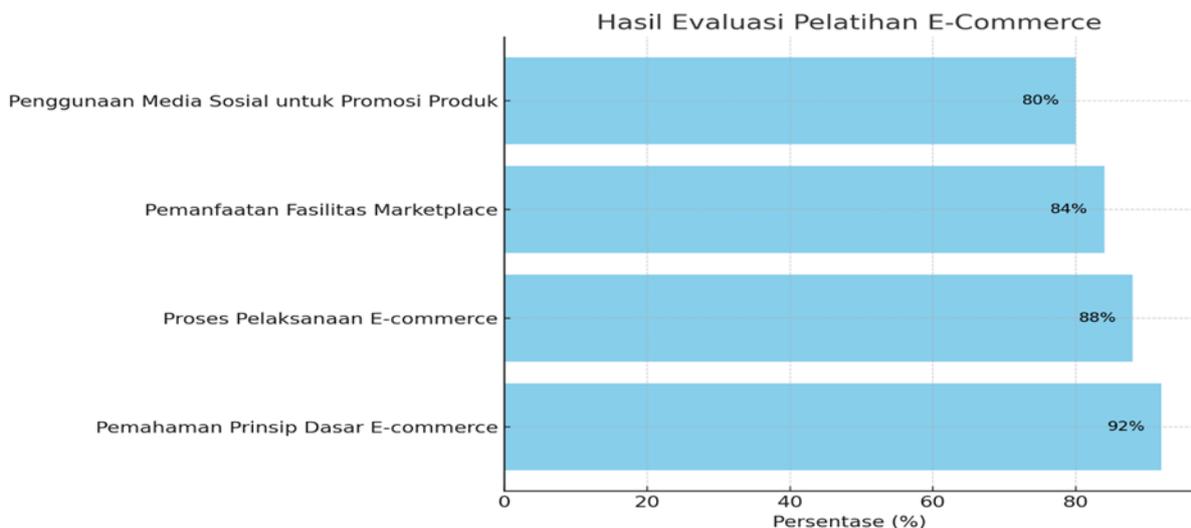
Selama sesi pelatihan, peserta aktif terlibat dalam diskusi, tanya jawab, dan simulasi praktis yang disajikan oleh fasilitator. Materi pelatihan yang disusun secara komprehensif mencakup prinsip dasar e-commerce, proses pelaksanaan dari pembelian hingga pembayaran, pemanfaatan fasilitas marketplace, dan strategi penggunaan media sosial untuk promosi produk.

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam memahami konsep-konsep yang diajarkan dan menunjukkan kemauan untuk mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dalam bisnis mereka masing-masing. Selain itu, interaksi antar peserta juga berlangsung dengan baik, memungkinkan pertukaran pengalaman dan ide yang berharga.

### **Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Hasil evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pelaksanaan pelatihan e-commerce pada tanggal 20 Januari 2024 di Villa Mutiara Serpong, Tangerang Selatan, Banten, mencapai tingkat kepuasan yang tinggi dari peserta. Dari total 25 peserta yang hadir, berikut adalah rangkuman evaluasi berdasarkan rancangan sebelumnya:

**Tabel .1 Hasil Evaluasi Pelatihan E-Commerce**



1. **Pemahaman Prinsip Dasar E-commerce:** Sebanyak 23 dari 25 peserta, atau sekitar 92%, menyatakan bahwa mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang prinsip dasar e-commerce setelah mengikuti pelatihan.

2. **Proses Pelaksanaan E-commerce:** Sebanyak 22 dari 25 peserta, atau sekitar 88%, merasa lebih percaya diri dalam memahami proses pelaksanaan e-commerce dari pembelian hingga pembayaran setelah mengikuti pelatihan.
3. **Pemanfaatan Fasilitas Marketplace:** Sebanyak 21 dari 25 peserta, atau sekitar 84%, mengindikasikan bahwa mereka lebih siap untuk memanfaatkan fasilitas marketplace untuk menjual produk setelah mengikuti pelatihan.
4. **Penggunaan Media Sosial untuk Promosi Produk:** Sebanyak 20 dari 25 peserta, atau sekitar 80%, merasa lebih mampu memahami cara menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk setelah mengikuti pelatihan.

Dari hasil evaluasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelatihan e-commerce telah berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan memberikan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan e-commerce untuk pengembangan bisnis. Tingkat kepuasan yang tinggi dari peserta juga menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan manfaat yang berarti bagi mereka dalam mengembangkan usaha mereka ke arah yang lebih maju.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, terlihat adanya upaya yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan warga terkait penggunaan e-commerce sebagai alat untuk pengembangan bisnis. Identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh warga, seperti kurangnya pemahaman tentang prinsip dasar e-commerce, proses pelaksanaan e-commerce, pemanfaatan marketplace, dan penggunaan media sosial untuk promosi produk, menjadi landasan untuk merancang program pelatihan yang sesuai. Melalui pendekatan ini, mitra pengabdian berhasil memberikan kontribusi positif dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat di bidang perdagangan elektronik.

### **Saran**

Saran untuk pengembangan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mencakup beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan secara komprehensif. Pertama, perlu dilakukan

monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan terhadap program pelatihan yang telah dilaksanakan. Dengan memantau dan mengevaluasi secara rutin, kita dapat mengidentifikasi area-area yang masih memerlukan perbaikan serta menilai efektivitas program secara keseluruhan. Selanjutnya, penting untuk menyediakan dukungan berkelanjutan kepada mitra pengabdian dan peserta pelatihan agar mereka dapat mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh. Dukungan ini dapat berupa bimbingan, konsultasi, atau penyediaan sumber daya tambahan sesuai kebutuhan mereka. Selain itu, disarankan untuk melakukan diseminasi hasil dan pembelajaran kepada masyarakat luas serta pemangku kepentingan terkait. Langkah ini akan membantu dalam membagikan pengalaman sukses, memperkuat kolaborasi, dan meningkatkan kesadaran tentang manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Terakhir, kolaborasi dengan pihak terkait seperti lembaga pendidikan, industri, dan pemerintah juga perlu ditingkatkan untuk memperluas jangkauan program dan memastikan keberlanjutan dalam jangka panjang. Dengan menerapkan saran-saran ini secara holistik, diharapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan dampak yang lebih besar dan berkelanjutan bagi pengembangan komunitas serta peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung pelaksanaan kegiatan ini, terutama warga Villa Mutiara Serpong, fasilitator pelatihan, dan semua pihak yang berkontribusi dalam suksesnya pelaksanaan program ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Al Hakim, A. L., & Indrawati, L. R. (2021). Upaya Pengembangan Kewirausahaan Melalui Kegiatan Pelatihan Pemuda Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Praksis Dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 4(2), 88. <https://doi.org/10.17977/um032v4i2p88-92>
- Bughin, J., Manyika, J., & Woetzel, J. (2019). *The great remaking of business with AI*. McKinsey & Company.
- Hardiansyah, Z. (2022, 26 September). Pengertian e-commerce, Jenis, Contoh dan Manfaatnya. *Kompas.com*. Diakses dari <https://www.kompas.com>
- Latifah, F., Susanti, M., Oktaviani, A., Kuswanto, H., & Hendri, H. (2020). Pelatihan Pengenalan E-Commerce Untuk Peningkatan Kegiatan Karang Taruna RW.01

- Kelurahan Pinangsia Kecamatan Taman Sari Jakarta Barat. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 2(2), 63–68.
- McKinsey & Company. (2020). *The Next Normal: Retailing through crisis and beyond*.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugita, & Ansori. (2018). Upaya Dosen Kewirausahaan Sebagai Faktor Determinatif dalam Menumbuhkan Motivasi Wirausaha. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 8(1), 34-45.
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). Ecommerce di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.
- Winarsih, E., & Furinawati, Y. (2018). Literasi Teknologi Dan Literasi Digital Untuk Menumbuhkan Keterampilan Berwirausaha Bagi Kelompok Pemuda Di Kota Madiun. *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, 1(1), 23–29.