



Edukasi *E-commerce* pada UMKM dalam Mendongkrak Perekonomian Selama Masa Pandemi di Kota Padang

Rangga Wenda Prinoya¹, Riri Putri Dika², Vivi Puspita Sari³

¹Manajemen Ekonomi Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

²Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

³Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang
ranggawendaprinoya@upiypk.ac.id¹, riri.putridika@yahoo.com², vivipuspitasari@upiypk.ac.id³

Abstract

COVID 19, which has plagued Indonesia since February, has caused the country's economy to slow down. The impact was also felt by daily clothing traders on Jalan Proklamasi Padang. Low sales due to territorial restrictions prevent stacks of merchandise from being sold. Due to the territorial limitation of how to trade changes to being online based, traders do not have the knowledge about using the e-commerce platforms available on the Indonesian marketplace. Traders need knowledge to provide the ability to operate an online business so that they can carry out business activities during the pandemic. This PKM was carried out by the team of abdimas at Putra Indonesia University "YPTK" Padang to three partners who were clothing traders. The technique of obtaining report data was carried out qualitatively using interviews and observations. The result of this PKM activity is the increased knowledge and ability of partners in recognizing and operating online businesses, having a business account on an e-commerce platform, being able to do simple image and video editing for their merchandise. Furthermore, this program can continue to be implemented with advice on more practical knowledge in increasing the number of product marketing through copywriting.

Keywords: training; E-Commerce, UMKM; COVID 19

Abstrak

COVID 19 yang mewabah semenjak bulan Februari di Indonesia menyebabkan lesunya perekonomian negara. Dampak juga dirasakan pedagang pakaian harian di jalan Proklamasi Padang. Rendahnya penjualan akibat pembatasan wilayah membuat barang dagangan bertumpuk tidak terjual. Akibat pembatasan wilayah cara berdagang berubah menjadi berbasis online, namun pedagang tidak memiliki pengetahuan tentang menggunakan platform *e-commerce* yang tersedia pada marketplace Indonesia. Pedagang membutuhkan pengetahuan untuk memberikan kemampuan dalam mengoperasikan bisnis online agar tetap dapat melaksanakan kegiatan usaha dimasa pandemi. PKM ini dilakukan oleh tim abdimas Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang pada tiga orang mitra yang merupakan pedagang pakaian. Teknik perolehan data laporan dilakukan dengan kualitatif menggunakan wawancara dan observasi. Hasil dari kegiatan PKM ini adalah meningkatnya pengetahuan dan kemampuan mitra dalam mengenal dan mengoperasikan bisnis online, telah memiliki akun bisnis pada platform *e-commerce*, mampu melakukan editing gambar dan video sederhana untuk produk dagangannya. Selanjutnya program ini dapat terus dilaksanakan dengan saran pada pengetahuan yang lebih bersifat praktis dalam meningkatkan jumlah pemasaran produk melalui copywriting.

Kata kunci: Pelatihan; *E-Commerce*, UMKM; COVID 19

© 2020 JLARI

1. Pendahuluan

Terjadinya resesi ekonomi akibat penyebaran virus COVID 19 (Corona Virus Disease 2019) menyebabkan permasalahan multi dimensi. Pertama kali ditemukan di kota Wuhan China pada akhir Desember 2019, virus ini kemudian beransur menyebar diseluruh dunia, termasuk Indonesia. Guna melakukan antisipasi

penyebarluasan penyebaran virus agar tidak menyebabkan infeksi yang tidak terkendali maka pemerintah menetapkan kebijakan untuk mengendalikan penyebaran virus dengan memberlakukan pembatasan wilayah secara besar. Kebijakan ini dikenal dengan istilah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Fakta dilapangan, kebijakan ini telah memporak porandakan kegiatan ekonomi

masyarakat terutama UMKM. Berawal dari rasa kecemasan akan infeksi virus, kemudian beralih pada kenyataan runyamnya masalah ekonomi masyarakat. Akibat pembatasan gerak sosial disegala sumber yang otomatis mempengaruhi interaksi manusia dalam aktivitas sosial.

Sumber-sumber pendapatan masyarakat banyak yang menghilang, pengurangan jumlah produksi menyebabkan pengurangan jumlah karyawan, pengangguran dan krisis mental untuk bangkit kembali setelah kejatuhan usaha banyak wirausaha dengan berbagai skala, menjadi satu masalah yang patut untuk ditelaah [1]. Terutama wirausaha kecil dan mikro, keterbatasan modal untuk bertahan dan mengganti fokus usaha berbasiskan kebutuhan masyarakat saat pandemi, rendahnya pengetahuan dalam interaksi perdagangan online membuat bisnis wirausaha mikro sulit bertahan bahkan mengalami kebangkrutan [2].

Banyak pakar ekonomi yang menyatakan bahwa wirausaha saat ini memegang peranan yang sangat penting dalam pergerakan ekonomi suatu negara. Pada krisis dan kondisi ekonomi yang tidak menentu maka wirausaha menjadi harapan dan tulang punggung suatu negara untuk dapat eksis menyelamatkan fungsi ekonominya. Tidak akan kuat gerak ekonomi suatu negara tanpa peran wirausaha didalamnya [3]. Gebrakan berdasarkan ide dan inovasi yang dilakukan seorang wirausaha mampu mengubah keadaan. Maka peran ini harus dilakukan oleh orang-orang yang memiliki karakter utama yang dianggap sebagai generator penting pembangunan ekonomi. Karena peran penting ini maka kemudian ilmu kewirausahaan berkembang pada kajian kewirausahaan dalam aspek psikologi, yakni mempelajari kewirausahaan dari sisi subjek atau personal pelaksana kegiatan wirausaha [4].

Tuntutan akan peran wirausaha dalam membangkitkan kondisi ekonomi yang terpuruk akibat kondisi krisis membutuhkan kerjasama berbagai pihak, tidak terkecuali pihak akademisi. Salah satu kegiatan yang dapat mendukung kebangkitan para UMKM adalah dengan melakukan pelatihan berbasiskan kepada kebutuhan dalam membangkitkan kembali usaha UMKM. Pelatihan kewirausahaan merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan subjek pelatihan yang lebih bersifat praktis dan tepat pada sasaran permasalahan yang dihadapi subjek pelatihan [5]. Terdapat banyak cara dalam melakukan pelatihan kewirausahaan, konsep-konsep teori yang dilatihkan dalam bentuk praktis adalah harapan bahwa kegiatan pelatihan wirausaha dapat meningkatkan kemampuan khususnya keterampilan usaha para wirausaha. Beberapa permasalahan umum yang menjadi penyebab kegagalan UMKM mempertahankan usaha adalah karena UMKM adalah bisnis retail yang mempertahankan usahanya hari ke hari dengan

perputaran modal yang terbatas [6]. Adanya mind set yang tidak berkembang dari UMKM sehingga sulit membuka diri untuk maju [7], persoalan kemampuan dalam melakukan penjualan berbasis e commerce [8]. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) merupakan salah satu peran dosen bertujuan untuk menunjukkan kerjasama perguruan tinggi dengan masyarakat sebagai mitra.

Melakukan kegiatan PKM merupakan tugas dan tanggungjawab dosen sebagai wujud tridharma perguruan tinggi yang dibebankan kepada seorang dosen. Terlepas dari hal tersebut tanggungjawab moral sebagai masyarakat yang bersimpati akan kondisi ekonomi bangsa maka telah dilakukan kegiatan PKM oleh tim abdimas Universitas Putra Indonesia YPTK Padang yang dengan tema kegiatan Edukasi *e-commerce* pada UMKM dalam Mendongkrak Perekonomian Selama Masa Pandemi Di Kota Padang. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah Untuk memberikan pengetahuan kepada mitra tentang *e-commerce* dan untuk memberikan pengetahuan kepada mitra tentang langkah-langkah yang harus dilakukan dalam mengembangkan bisnis secara online / melalui *e-commerce*.

2. Metode Kegiatan

Metode yang dilakukan dalam kegiatan PKM ini diuraikan sebagai berikut:

2.1. Mitra PKM dan Sasaran Kinerja PKM

Kegiatan ini dilakukan kepada mitra yaitu kelompok pedagang pakaian di kompleks pertokoan jalan Proklamasi Padang yang berjumlah 3 orang pedagang yang belum mengenal metode perdagangan *e-commerce*. Sesuai dengan tujuan kegiatan, sasaran pemecahan masalah mitra yang diselesaikan dari PKM ini adalah:

Tabel 1. Sasaran Penyelesaian Masalah Mitra PKM

No.	Permasalahan	Solusi	Sasaran
1.	Minimnya pengetahuan mitra mengenai <i>e-commerce</i>	Sosialisasi dengan tujuan memberikan pengetahuan mengenai <i>e-commerce</i> dan pentingnya <i>e-commerce</i>	Peningkatan pengetahuan tentang <i>e-commerce</i>
2.	Minimnya pengetahuan mitra mengenai cara melakukan bisnis melalui <i>e-commerce</i>	Sosialisasi dengan memberikan pengetahuan kepada mitra mengenai cara berbisnis melalui <i>e-commerce</i>	Peningkatan kemampuan dalam melakukan bisnis dengan <i>e-commerce</i>

2.2. Metode Kegiatan

Kegiatan PKM ini dilakukan dengan metode sosialisasi dan diskusi, dengan uraian sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Sosialisasi kepada mitra berupa pemamparan materi terkait permasalahan yang dihadapi mitra yaitu mengenai e-commerce dan cara mengembangkan bisnis melalui e-commerce. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam bisnis atau usaha mitra.

2. Diskusi: Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi diharapkan tidak sekedar *transfer knowledge* saja, melainkan dapat berbagi pengalaman dan berupaya dalam mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi mitra.

2.3. Penilaian Indikator dan Analisis Data

Kegiatan yang dilakukan dinilai dari pemahaman dan kemampuan dalam mengembangkan usaha melalui aplikasi *e-commerce* dengan platform bisnis yang sudah ada. Pengukuran melalui pengetahuan dan wawancara selama sosialisasi dan diskusi saat kegiatan berlangsung. Hasil wawancara dan observasi menjadi dasar dalam merumuskan ketercapaian kegiatan PKM yang telah dilakukan.

2.4. Partisipasi Mitra

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, maka dalam realisasi program tersebut diharapkan mitra dapat berpartisipasi dengan kegiatan sebagai berikut:

1. Menjadi peserta pelatihan berupa: menerima teori, konsep, diskusi, tanya jawab serta hal-hal lain yang diberikan selama proses kegiatan berlangsung.
2. Menyediakan peralatan dan perangkat online selama sosialisasi dan edukasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM ini dilakukan pada tiga kelompok pedagang pakaian di Kota Padang saat pandemi berlangsung, tepatnya pada bulan April 2020. Laporan aktivitas PKM yang dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.1. Analisis Situasi Mitra

Analisis situasi dan kondisi mitra yang menjadi sasaran PKM ini dilakukan sebelum PKM dilaksanakan. Kondisi pembatasan aktivitas sosial yang berujung pada lemahnya penjualan secara langsung membuat kondisi usaha pedagang pakaian di kota Padang menjadi terpuruk. Penjualan yang diharapkan dari pembeli yang datang langsung ke toko hampir tidak mendatangkan penghasilan untuk pedagang pakaian. Lemahnya ekonomi masyarakat semakin memperburuk keadaan. Pedagang pakaian yang menggantungkan ekonomi keluarga pada penjualan harian dan laba dari aktivitas

penjualan retail harian yang mereka peroleh menjadi sulit untuk bertahan hidup dimasa pandemi COVID 19 [9]. Penjualan pakaian menurun drastis. Hal ini disebabkan masyarakat lebih mengutamakan keselamatan untuk berdiam diri didalam rumah dan tidak melakukan aktivitas sosial ditempat ramai termasuk tidak berbelanja langsung. Berdasarkan hasil observasi tim abdimas dilokasi ditemukan fakta bahwa pedagang tidak mampu bertahan karena tidak ada penjualan yang dilakukan secara langsung, sepihnya pembeli menyebabkan transaksi menjadi rendah bahkan tidak ada transaksi yang terjadi hingga berhari-hari. Hal ini menyebabkan kerugian pedagang karena pedagang telah menyiapkan stok barang untuk penjualan di bulan Ramadan dan hari raya Idul Fitri, akibatnya barang menjadi menumpuk dan tidak terjual. Rendahnya penjualan pada dasarnya lebih kepada terjadinya pembatasan gerak sosial untuk menjaga penyebaran virus COVID 19 tidak menyebar, namun aktivitas belanja tetap dapat dilakukan namun berbasis internet melalui *e-commerce*. Pedagang merasakan bahwa rendahnya kemampuan dalam memahami dan melakukan perdagangan online menjadi suatu masalah yang menyebabkan pedagang menjadi rugi [10]. Karna itu memiliki kemampuan melakukan *e-commerce* adalah solusi masalah pedagang saat ini. Kondisi ini menjadi dasar bagi tim abdimas untuk melakukan kegiatan sosialisasi dan diskusi untuk mengatasi persoalan mitra.

3.2. Persiapan Kegiatan

Aktivitas PKM yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan persiapan kegiatan PKM, uraian aktivitas pada saat persiapan adalah:

1. Survei, tim PKM melakukan survei lokasi mitra untuk mengetahui dan mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang di alami oleh mitra.
2. Pembentukan tim PKM, pembentukan tim disesuaikan dengan jenis kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan permasalahan mitra.
3. Pengajuan dan pembuatan proposal yang berisikan solusi dalam menyelesaikan permasalahan mitra ke LPPM perguruan tinggi.
4. Koordinasi tim dan mitra, perencanaan pelaksanaan program PKM secara konseptual berdasarkan proposal yang telah diajukan. Penyusunan jadwal dan perihal terkait dengan prosedur kegiatan, dan penerbitan surat tugas panitia kegiatan. Mitra yang terjaring adalah 3 kelompok pedagang pakaian di di kompleks pertokoan jalan Proklamasi Padang yang kemudian karena kondisi pembatasan sosial karena COVID 19 dibatasi hanya pada perwakilan saja yang berjumlah 3 orang dari masing-masing kelompok mitra.
5. Persiapan alat dan bahan pelatihan meliputi penyusunan instrumen, dan mendesain sosialisasi

sesuai dengan tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat.

3.3. Tahap Pelaksanaan

Sosialisasi tentang pemahaman dan pengembangan materi pada kegiatan edukasi *e-commerce* dilakukan dengan kegiatan sosialisasi kemudian diskusi serta tanya jawab. Adapun materi yang akan disampaikan pada mitra meliputi 1) Pengertian *e-commerce* dan pentingnya *e-commerce*, b) Strategi pengembangan bisnis melalui *e-commerce*, c) Motivasi untuk tetap positif selama masa Pandemi. Materi ini dibutuhkan karena merupakan pengetahuan yang penting untuk diketahui UMKM untuk dapat bertahan dalam era digital dan terutama untuk menanggapi situasi bisnis masa pandemi COVID 19.

Saat tahapan pelaksanaan dapat dirangkum laporan kegiatan pelaksanaan secara kualitatif berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara:

- a. Awal kegiatan dilakukan penjarangan mitra sebanyak 10 mitra yang seluruhnya adalah pedagang pakaian di kompleks pertokoan jalan Proklamasi Padang, namun hanya 3 orang mitra yang bersedia untuk hadir melaksanakan kegiatan edukasi ini. Permasalahan yang disampaikan calon mitra yang gagal mengikuti kegiatan adalah merasa tidak memiliki pemahaman dengan *e-commerce*, merasa tidak membutuhkan perdagangan *melalui e-commerce*, tidak membutuhkan karena kondisi COVID 19 akan segera berakhir dan kondisi akan segera normal dan beberapa alasan secara teknik yang dikemukakan seperti tidak pandai membuat konten, tidak memiliki kamera yang layak, aplikasi yang sulit dipahami dan alasan lainnya. Selain itu alasan yang kuat yang dinyatakan adalah untuk patuh dalam aktivitas PSBB yang ditetapkan pemerintah daerah. Oleh karena permasalahan tersebut maka kegiatana hanya dapat dilakukan oleh 3 orang mitra saaja.
- b. Saat pelaksanaan edukasi peserta yang mengikuti sangat antusias dan bersemangat. Diawal kegiatan telah banyak muncul pertanyaan, peserta yang jumlahnya sedikit memudahkan tim abdimas memberikan edukasi dengan lebih terbimbing. Motivasi adalah hal utama yang menjadi penguat dasar mitra dalam memahami lebih dalam pada bisnis *e-commerce* [11]. Kemudian saat praktik dilakukan, terlihat kemampuan yang sangat rendah dari mitra diawal mengaktifkan aplikasi-aplikasi *e-commerce* yang tersedia dari platform yang ditawarkan seperti shoope, tokopedia, gojek dan lainnya, termasuk memberikan pemahaman tentang facebook Ads, google marketing dan instagram Ads. Hal ini merupakan catatan permasalahan yang kemudian hari harus

diselesaikan dengan mengganti sosialisasi menjadi pelatihan yang lebih maksimal.

3.4. Hasil Kegiatan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan di kompleks pertokoan jalan Proklamasi Padang. Kegiatan ini berlangsung selama 2 bulan, yaitu pada April sampai Mei 2020 mulai dari persiapan hingga evaluasi kegiatan. Kegiatan edukasi ini diisi langsung oleh ketua tim PKM yaitu Rangga Wenda Prinoya S.H, M.M dan memiliki pemahaman mendalam mengenai strategi pengembangan bisnis melalui *e-commerce*. Saat kegiatan berlangsung, beberapa materi yang dipaparkan dalam presentasi saat edukasi terkait dengan seluk beluk kegiatan bisnis berbasis online. Pemberian edukasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mitra mengenai pentingnya pengembangan bisnis melalui *e-commerce*, karena bisnis yang dijalankan secara online tentunya dapat menggapai pasar yang lebih luas. Kemajuan teknologi, kemudahan transaksi dan pengiriman barang saat ini sangat membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan, minimal sebagai strategi bertahan bagi UMKM selama terjadinya pandemi. Kemajuan teknologi juga telah merubah perilaku belanja konsumen. Kemudahan transaksi menyebabkan konsumen tidak lagi harus keluar rumah untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen bisa belanja dimana saja dan kapan saja. Hal ini tentunya menjadi peluang yang besar bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya melalui *e-commerce*. Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama satu hari dengan memperbanyak proses diskusi antara pateri dan peserta. Berdasarkan hasil pengamatan saat kegiatan berlangsung dapat dijelaskan beberapa hasil kegiatan yang menjadi indikator keberhasilan mitra terkait dengan *e-commerce*:

- a. Mitra mampu membuat Toko Online pada Marketplace dengan aktivitas:
 - 1) Pendaftaran
 - 2) Melengkapi profil (Nama toko, deskripsi toko, logo dan banner)
 - 3) Verifikasi toko.
 - 4) Mengatur alamat toko dan jasa pengiriman.
 - 5) Memasukan rekening bank untuk pencairan dana penjualan.

Saat edukasi berlangsung, mitra yang berjumlah tiga orang pedagang pakaian telah terlebih dahulu membawa perangkat android sebagai media dalam melaksanakan praktik *e-commerce*. Seluruh mitra diinstruksi secara bertahap dalam melakukan pendaftaran akun melalui platform toko online. Kemampuan saat awal penggunaan android dalam berjualan online ini sangat rendah. Mitra tidak mahir melakukan interaksi dengan android untuk mengoperasikan pendaftaran toko online. Namun saat proses pendaftaran telah dilakukan

dengan tuntutan peserta abdimas, kemudian peserta lebih interaktif dengan mencoba sendiri meskipun masih dengan bimbingan. Pada akhir materi dan praktik membuat toko online ini akhirnya peserta dapat membuat masing-masing toko online dengan nama spesifikasi toko offline yang telah mereka miliki.

- b. Mitra mampu mengambil foto produk yang menarik dengan studio foto kecil/ sederhana. Dengan memperhatikan angle, brightness, background, ukuran, warna dan lain-lain. Hasil pengamatan dalam proses pemahaman bagaimana maksud dan tujuan memberikan foto produk yang terbaik untuk diunggah dalam akun toko online diketahui bahwa mitra pada dasarnya belum memahami diawal bahwa foto yang diunggah harus memiliki keterangan dan spesifikasi produk yang jelas. Konsep kejujuran dalam memberikan deskripsi produk dalam berjualan online juga ditanamkan kepada mitra. Hal ini adalah beberapa karakter wirausaha yang harus ditanamkan agar tidak terjadi kekecewaan pelanggan. Bahwa pada prinsipnya menjaga nama baik dalam berbisnis online adalah utama [9]. Selama edukasi dan diskusi berlangsung mitra sangat antusias dalam meningkatkan pengetahuannya. Banyak bertanya dan aktif dalam melakukan instruksi kegiatan dalam pada akun yang telah mereka siapkan. Seluruh mitra akhirnya memiliki kemampuan mengambil gambar dan mengupload gambar pada akun masing-masing. Meski masih dalam kemampuan awal yang terbatas.
- c. Mitra mengetahui dan sudah mendownload beberapa aplikasi untuk edit foto dan video. Agar terkesan lebih baik dan menarik minat pembeli. Kemampuan selanjutnya adalah kemampuan dalam editing foto dan video untuk menunjang tampilan hasil yang menarik. Foto dan video yang diedit melalui aplikasi khusus menggunakan media android diupload kedalam akun masing-masing mitra. Kemampuan ini lebih mudah dipahami oleh mitra. Mitra dapat melakukan editing foto dan video produk dengan baik diakhir sosialisasi dan diskusi. Pembelajaran praktik dalam memberikan pemahaman secara konstruktivisme lebih menarik dilakukan oleh peserta satu pembelajaran [12]. Dukungan pembelajaran dengan pendekatan praktik kepada mitra meningkatkan kemampuan secara aplikatif [13]
- d. Mitra sudah mengetahui fungsi iklan pada marketplace. Seperti iklan kata kunci, iklan produk serupa, promosi toko dan lain-lain. Melalui edukasi dalam sosialisasi dan diskusi dengan mitra, tim abdimas memberikan pengetahuan kepada mitra terkait pentingnya iklan pada media online [14]. Melakukan promosi dengan iklan yang menarik adalah point utama dalam menarik minat awal dari calon pembeli. Mitra yang awalnya kurang memahami mengapa kegiatan promosi melalui

ilustrasi gambar, video dan copywriting menjadi bahasan yang sering dikemukakan saat melakukan pelatihan bisnis online [6]. Kemudian untuk memberikan pemahaman lebih mitra meminta dibimbing lebih dalam tentang membuat iklan yang menarik [15]. Hal ini menjadi catatan kepada tim abdimas dimasa yang akan datang untuk lebih memperhatikan kebutuhan pengetahuan yang dapat membantu mitra dalam berbisnis online.

Edukasi tentang kegiatan pemasaran online melalui platform e-commerce telah banyak tersedia, namun kemampuan dalam menggunakannya masih rendah dari UMKM. Tidak perlu dengan mengembangkan website perusahaan sendiri, untuk sebuah UMKM cukup dengan memiliki toko online pada marketplace yang ada sudah baik untuk memulai sebuah bisnis online [8][1]. Permasalahan mitra yang sama sekali tidak mengetahui bagaimana konsep dalam berbisnis online membuat persepsi mitra bahwa melaksanakan bisnis online adalah cara yang rumit dan tidak mungkin untuk dilakukan. Setelah mengikuti pelatihan mitra dapat memiliki pengetahuan yang kemudian berpengaruh kepada kemampuan dalam praktis melakukan bisnis online dalam platform *e-commerce* yang ada di Indonesia [14]. Dengan demikian melalui pelatihan yang lebih terstruktur, tidak hanya sebatas sosialisasi dirasa akan mampu meningkatkan kemampuan mitra lebih baik dalam bisnis online. Hal ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah rendahnya penjualan dimasa pandemi COVID 19. Melakukan pelatihan adalah upaya terbaik dalam meningkatkan kemampuan yang aplikatif bagi seorang wirausaha, menyikapi perkembangan abad 21, maka para wirausaha harus senantiasa aktif dalam mengikuti gerak perkembangan teknologi yang dapat dilakukan melalui pelatihan [16]

3.5 Tahap Evaluasi PKM

Selama kegiatan berlangsung, abdimas melakukan evaluasi dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Indikator keberhasilan program dari pelaksanaan kegiatan ini terlihat dari bertambahnya pengetahuan dan pemahaman mitra tentang *e-commerce*. Evaluasi ini dilakukan secara berkala dengan melakukan observasi. Secara umum, evaluasi dalam kegiatan sosialisasi ini memiliki dua tujuan utama, yakni untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pentingnya *e-commerce* dan cara mengembangkan bisnis melalui *e-commerce*. Evaluasi kemudian menghadirkan rekomendasi bahwa program ini dapat terus dilanjutkan atau tidak, layaknya sebagai sebuah program [17]. Berdasarkan hasil evaluasi abdimas, bahwa program memiliki manfaat yang besar khususnya bagi mitra dengan catatan lebih meningkatkan proses program kepada pelatihan yang terkait dengan praktik meningkatkan pemasaran melalui *e-commerce*.

4. Kesimpulan

Kegiatan PKM yang telah dilakukan oleh tim abdimas UPI YPTK Padang telah memberikan manfaat kepada mitra yang merupakan pedangan pakaian di jalan Proklamasi Padang. Mitra merasakan peningkatan kemampuan dalam memahami hingga mampu membangun toko online sendiri. Kegiatan sosialisasi dan diskusi hingga praktek melakukan kegiatan bisnis dalam platform e-commerce telah berhasil meningkatkan pemahaman mitra. Kemudian kemampuan yang selanjutnya kemudian harus diberikan kepada mitra adalah bagaimana dapat meningkatkan jumlah penjualan dengan menggunakan bisnis online. Paradigma berfikir mitra juga telah meningkat, adanya kesadaran yang dimiliki mitra untuk mencoba untuk berbisnis dengan menerapkan pengetahuan yang telah diberikan selama sosialisasi. Program ini dapat terus dilaksanakan dengan meningkatkan sasaran PKM dengan pelatihan meningkatkan pemasaran bisnis online menggunakan platform e-commerce yang tersedia.

Daftar Rujukan

- [1] M. Dewi, R. P. Dika, and P. V. Sari, "Pengaruh Locus Of Internal Control Terhadap Kemampuan Mempertahankan Bisnis Wirausaha Mikro di Masa Pandemi Covid 19," *Int. J. Manag. Bus.*, vol. 1, no. 2, pp. 68–73, 2020.
- [2] D. A. D. Nasution, E. Erlina, and I. Muda, "Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia," *J. Benefita*, vol. 5, no. 2, p. 212, 2020, doi: 10.22216/jbe.v5i2.5313.
- [3] H. Frederick and Kuratko, *Entrepreneurship : theory , process , practice 2009 MANAGEMENT*, no. December. 2009.
- [4] A. N. Husna, "Konseptualisasi Karakter Wirausaha : Studi Literatur," *Konseptualisasi Karakter Wirausaha Stud. Lit.*, no. February, pp. 315–324, 2018.
- [5] R. Efendi and A. Yulastri, "Effectiveness of Collaborative Problem Based Learning Model of Learning Computer Network Courses," vol. 299, no. Ictvet 2018, pp. 309–312, 2019, doi: 10.2991/ictvet-18.2019.70.
- [6] A. Muhsin, "Aplikasi Technopreneurship untuk Mengembangkan Industri Kecil Melalui Penggunaan Teknologi E Commerce Berbassis Content Management System. Studi Kasus Pada UKM Mandiri Gypsum," *Telematika*, vol. 10, no. 2, pp. 91–104, 2014.
- [7] M. Dewi, E. Susanti, R. Susanti, Z. Yenni, and E. Eliza, "the Effect of Mindset Personal on Behavior of Internet Entrepreneurship Students of Universitas Putra Indonesia Yptk Padang," *Sosiohumaniora*, vol. 22, no. 1, p. 1, 2020, doi: 10.24198/sosiohumaniora.v22i1.25625.
- [8] L. Lu, "ROAD TO INITIAL PUBLIC OFFERINGS (IPO): A CASE OF INTERNET ENTREPRENEUR IN TAIWAN," vol. 2, no. 3, pp. 9–14, 2016.
- [9] A. A. Manik Pratiwi, "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19," *J. Ilm. Satyagraha*, vol. 3, no. 2, pp. 73–81, 2020, doi: 10.47532/jis.v3i2.179.
- [10] P. Suswanto and S. D. Setiawati, "Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia," *Limimasa J. Ilmu Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 16–29, 2020.
- [11] M. Dewi and Irsan, "PENGEMBANGAN BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN PADA MATERI MENJUAL PRODUK ATAU JASA BERBASIS BISNIS ON LINE UNTUK MAHASISWA FKIP UPI YPTK PADANG," *Maj. Ilm. UPI YPTK*, 2017.
- [12] R. Efendi, "Implementation of Project Based Learning : Research Overview," *Appl. Sci. Technol.*, vol. 1, pp. 280–285, 2017.
- [13] Z. A. Putra and M. Dewi, "The Application of Problem-Based Learning in Mechanical Engineering," *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*, vol. 306, no. 1, 2018, doi: 10.1088/1757-899X/306/1/012140.
- [14] D. K. Gangeshwer, "E-Commerce or Internet Marketing: A Business Review from Indian Context," *Int. J. u- e- Serv. Sci. Technol.*, vol. 6, no. 6, pp. 187–194, 2013, doi: 10.14257/ijunesst.2013.6.6.17.
- [15] M. L. Ginting, "Strategi Kreatif dalam Mendukung Kewirausahaan (Studi Kasus Pemilihan Strategi Kreatif dalam Memproduksi Iklan Produk Minuman sebagai Bentuk Mendukung Kegiatan Wirausaha)," *J. Ilm. Komun.*, vol. 4, pp. 1–17, 2015.
- [16] "Entrepreneurship Education and Training," *Entrep. Educ. Train.*, 2015, doi: 10.5772/58525.
- [17] Ambiyar and M. Dewi, *Metodologi penelitian evaluasi program*, 1st ed. Bandung: CV. Alfabeta Bandung, 2019.