

## SOSIALISASI PENGGUNAAN E-COMMERCE UNTUK MENDUKUNG PERTUMBUHAN BISNIS DI ERA DIGITAL

Weni Lestari Putri<sup>\*1</sup>, Antonius L U L Padedda<sup>2</sup>, Ramadhani Yusli Arbain Sugoro<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Ibnu Sina, Batam  
e-mail: <sup>\*</sup>[weni@uis.ac.id](mailto:weni@uis.ac.id),

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang penggunaan e-commerce dalam mendukung pertumbuhan bisnis di era digital. Sosialisasi ini difokuskan pada pemberian pengetahuan dan keterampilan praktis terkait dengan platform e-commerce, pemasaran digital, dan pengelolaan bisnis online. Melalui serangkaian sesi teori dan pelatihan praktis, mahasiswa diperkenalkan dengan cara memulai dan mengelola toko online, serta strategi pemasaran yang efektif. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan di kalangan mahasiswa, meskipun tantangan tetap ada dalam hal pemasaran digital dan pengelolaan logistik. Kegiatan ini juga mengungkapkan kebutuhan akan pelatihan lebih lanjut mengenai teknik pemasaran digital dan analisis pasar. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif dalam mempersiapkan mahasiswa untuk mengelola bisnis digital di masa depan.

**Kata kunci**— e-commerce, pemasaran digital, bisnis online, pengelolaan toko online, mahasiswa, pertumbuhan bisnis, teknologi digital.

### Abstract

*This community service activity aims to enhance students' understanding of e-commerce usage to support business growth in the digital era. The socialization focused on providing knowledge and practical skills related to e-commerce platforms, digital marketing, and online business management. Through a series of theoretical sessions and practical training, students were introduced to the processes of starting and managing an online store, as well as effective marketing strategies. The results of this activity showed a significant improvement in students' understanding, although challenges remained in digital marketing and logistics management. The activity also highlighted the need for further training in digital marketing techniques and market analysis. Overall, this activity successfully made a positive impact on preparing students to manage digital businesses in the future.*

**Keywords**— e-commerce, digital marketing, online business, online store management, students, business growth, digital technology.

## PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia bisnis. Salah satu perubahan signifikan yang terjadi adalah transformasi dalam cara berbisnis, dengan e-commerce menjadi salah satu platform utama yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas. E-commerce tidak hanya memungkinkan perusahaan besar

untuk berkembang, tetapi juga memberikan kesempatan yang lebih besar bagi individu dan usaha kecil menengah untuk memperluas jangkauan pasar mereka dengan biaya yang lebih efisien (Laudon & Traver, 2019; Chaffey, 2020).

Mahasiswa, sebagai generasi penerus yang memiliki potensi besar dalam dunia bisnis, perlu diberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara memanfaatkan teknologi ini dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Meskipun banyak mahasiswa yang sudah familiar dengan penggunaan platform e-commerce dalam kehidupan sehari-hari, tidak semua dari mereka menyadari potensi besar yang dapat dimanfaatkan dalam konteks kewirausahaan dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, sosialisasi mengenai penggunaan e-commerce sangat penting dilakukan untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang bagaimana cara memulai dan mengelola bisnis secara online, serta manfaat dan tantangan yang dihadapi dalam dunia e-commerce (Koller, 2017; Kotler & Keller, 2016).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sharma (2020), e-commerce memberikan akses yang lebih mudah kepada pelaku usaha untuk mengakses pasar global dan meningkatkan kemampuan berkompetisi di pasar lokal maupun internasional. Oleh karena itu, mahasiswa perlu diberikan pemahaman tentang pentingnya e-commerce dalam strategi pengembangan bisnis mereka. Dengan memahami konsep dasar e-commerce, strategi pemasaran online, serta cara mengelola toko online yang efektif, mahasiswa diharapkan dapat mengaplikasikan pengetahuan tersebut untuk mendirikan dan mengembangkan usaha mereka sendiri (Sharma, 2020; Turban et al., 2018).

Selain itu, sosialisasi ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran akan pentingnya adaptasi teknologi dalam menghadapi tantangan dan peluang bisnis di dunia digital yang terus berkembang. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan perangkat mobile, e-commerce kini menjadi salah satu sektor yang paling pesat berkembang dalam perekonomian global (Laudon & Traver, 2019). Oleh karena itu, memberikan pemahaman yang kuat tentang e-commerce kepada mahasiswa tidak hanya bermanfaat bagi pengembangan usaha mereka, tetapi juga untuk membantu mereka memanfaatkan potensi pasar digital secara optimal (Chaffey, 2020).

## METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi ini melibatkan serangkaian tahapan yang sistematis untuk memastikan pemahaman dan keterlibatan mahasiswa dalam memanfaatkan e-commerce untuk mendukung pertumbuhan bisnis di era digital. Adapun tahapan metode yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

### 1. Persiapan dan Perencanaan

Tahap pertama melibatkan perencanaan menyeluruh mengenai materi sosialisasi yang akan disampaikan, termasuk pemilihan platform e-commerce yang relevan, teknik pemasaran digital, serta tantangan dan peluang dalam dunia e-commerce. Pada tahap ini, dilakukan pula penyusunan modul, materi presentasi, dan bahan ajar yang akan digunakan dalam sesi sosialisasi. Selain itu, tim pengabdian akan melakukan koordinasi dengan pihak fakultas dan mahasiswa untuk menentukan waktu dan tempat kegiatan.

### 2. Sosialisasi dan Presentasi

Sosialisasi akan dilakukan melalui sesi seminar dan workshop yang interaktif. Dalam sesi ini, para narasumber akan memberikan pemaparan mengenai dasar-dasar e-commerce, langkah-langkah membangun dan mengelola toko online, serta strategi pemasaran digital yang efektif untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Presentasi akan disertai dengan studi kasus nyata yang relevan, di mana mahasiswa dapat melihat contoh praktis tentang bagaimana e-commerce dapat diterapkan dalam bisnis kecil hingga besar. Kegiatan ini juga

akan melibatkan diskusi terbuka untuk meningkatkan pemahaman peserta dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk bertanya tentang hal-hal yang masih kurang dipahami.

### **3. Pelatihan Praktis**

Setelah pemaparan materi, dilanjutkan dengan pelatihan praktis yang memungkinkan mahasiswa untuk langsung mempraktikkan keterampilan yang telah mereka pelajari. Mahasiswa akan diberi tugas untuk membuat akun pada platform e-commerce populer, mendesain etalase digital, dan merencanakan strategi pemasaran digital yang sederhana. Dengan melakukan simulasi ini, diharapkan mahasiswa dapat lebih memahami proses operasional e-commerce dan tantangan yang sering dihadapi oleh pelaku bisnis di dunia maya.

Dalam pembahasan kali ini, kami akan mengkaji masalah yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang atau pendahuluan. Dengan demikian, materi yang disampaikan dapat mencakup seluruh permasalahan secara menyeluruh dan memenuhi tujuan yang diinginkan. Solusi yang diajukan antara lain adalah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan sosialisasi penggunaan e-commerce untuk mendukung pertumbuhan bisnis di era digital pada mahasiswa telah dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai e-commerce serta memberikan keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam dunia bisnis. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan melalui pre-test dan post-test, serta umpan balik dari peserta, berikut adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan ini:

### **1. Peningkatan Pemahaman tentang E-Commerce**

Sebelum sosialisasi dilakukan, sebagian besar mahasiswa hanya memiliki pemahaman dasar mengenai e-commerce, dengan 65% peserta yang belum mengetahui bagaimana cara memulai dan mengelola bisnis secara online. Namun, setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan praktis, 90% peserta melaporkan peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai konsep dasar e-commerce, platform yang digunakan, serta strategi pemasaran digital.

### **2. Tingkat Kepuasan terhadap Materi Sosialisasi**

Dari hasil survei kepuasan yang dilakukan setelah kegiatan, sebanyak 85% peserta merasa puas dengan materi yang disampaikan selama sesi sosialisasi. Mereka menyatakan bahwa materi yang diberikan sangat relevan dan mudah dipahami, serta memberikan wawasan baru yang dapat diterapkan langsung dalam dunia kewirausahaan.

### **3. Penerapan Praktis dalam Pengelolaan Toko Online**

Dalam sesi pelatihan praktis, mahasiswa diberi kesempatan untuk membuat akun di platform e-commerce dan mengelola toko online sederhana. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 80% peserta berhasil mengelola toko online mereka dengan baik setelah sesi pelatihan, meskipun beberapa peserta masih menghadapi kesulitan teknis dalam pengelolaan pembayaran dan pengiriman barang.

### **4. Tantangan dalam Pemasaran Digital**

Meskipun sebagian besar peserta dapat memahami konsep pemasaran digital, 70% peserta masih merasa kesulitan dalam merancang dan menjalankan kampanye pemasaran online yang efektif. Ini menunjukkan perlunya dukungan lebih lanjut dalam hal penggunaan alat dan strategi pemasaran digital seperti SEO, media sosial, dan iklan berbayar untuk memaksimalkan jangkauan pasar mereka.

### **5. Evaluasi Umum dan Umpan Balik**

Secara keseluruhan, 88% peserta memberikan umpan balik positif mengenai kegiatan ini, menyatakan bahwa sosialisasi ini telah membuka wawasan mereka mengenai potensi e-commerce dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Mereka mengharapkan adanya sesi lanjutan yang lebih mendalam mengenai penggunaan alat pemasaran dan analisis pasar digital.

Tabel 1. Tabel Hasil Evaluasi

Masalah	Solusi	Persentase
Kurangnya pengetahuan tentang e-commerce	Memberikan materi dasar mengenai e-commerce dan cara memulai bisnis online	85%
Kesulitan dalam memilih platform e-commerce	Menyediakan panduan pemilihan platform e-commerce yang sesuai dengan jenis usaha	80%
Tantangan dalam pemasaran online	Mengajarkan teknik pemasaran digital yang efektif dan strategi SEO dasar	90%
Kesulitan dalam pengelolaan toko online	Memberikan pelatihan praktis dalam mengelola toko online dan pembayaran online	75%
Kurangnya pemahaman mengenai analisis pasar digital	Sosialisasi tentang cara menganalisis pasar online dan penggunaan data analytics untuk bisnis	78%
Keterbatasan modal untuk memulai bisnis	Menyediakan informasi mengenai alternatif pembiayaan bisnis kecil dan cara mendapatkan modal usaha melalui crowdfunding atau investor	70%

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi ini berhasil meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai e-commerce dan memberikan keterampilan yang bermanfaat untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka di era digital. Namun, terdapat beberapa area yang perlu perhatian lebih lanjut, seperti pemahaman tentang pemasaran digital dan pengelolaan toko online yang lebih mendalam, yang dapat dijadikan fokus dalam kegiatan lanjutan.

## Pembahasan

Kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai penggunaan e-commerce dalam mendukung pertumbuhan bisnis di era digital telah menunjukkan hasil yang positif. Pembahasan ini akan mengulas secara lebih mendalam hasil evaluasi yang telah diperoleh serta analisis terhadap efektivitas solusi yang diterapkan selama kegiatan.

### 1. Peningkatan Pemahaman tentang E-Commerce

Sebelum kegiatan dimulai, sebagian besar mahasiswa hanya memiliki pemahaman dasar tentang e-commerce, dengan banyak yang merasa kesulitan dalam memahami aspek-aspek teknis dan praktis yang terkait dengan pengelolaan bisnis secara online. Namun, setelah mengikuti sesi sosialisasi dan pelatihan praktis, mayoritas mahasiswa menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman mereka mengenai platform e-commerce dan cara memulai toko online. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan, yakni kombinasi antara teori dan praktek langsung, sangat efektif dalam menyampaikan konsep-konsep penting tentang e-commerce.

Keberhasilan ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa sangat membutuhkan pengetahuan praktis yang dapat langsung mereka aplikasikan, terutama dalam hal pembuatan toko online dan pengelolaan bisnis digital. Oleh karena itu, keberlanjutan kegiatan seperti ini sangat dianjurkan untuk memastikan bahwa mahasiswa terus mendapatkan pembaruan mengenai tren dan teknologi terbaru di dunia e-commerce.

### 2. Tantangan dalam Pemasaran Digital

Salah satu area yang masih menjadi tantangan bagi sebagian besar mahasiswa adalah pemasaran digital. Meskipun mereka dapat memahami dasar-dasar pemasaran digital, banyak dari mereka yang merasa kesulitan dalam merancang dan menjalankan kampanye pemasaran yang efektif. Beberapa peserta menyatakan bahwa mereka kurang familiar dengan alat pemasaran seperti SEO, Google Ads, dan media sosial, yang merupakan kunci dalam mengembangkan bisnis online.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman tentang konsep dasar sudah tercapai, implementasi yang lebih mendalam mengenai teknik-teknik pemasaran digital perlu

diperkenalkan lebih lanjut. Pelatihan lebih lanjut tentang penggunaan alat-alat pemasaran digital, serta bagaimana mengukur efektivitas kampanye pemasaran, perlu menjadi fokus utama dalam kegiatan lanjutan.

### **3. Penerapan Praktis dalam Pengelolaan Toko Online**

Pelatihan praktis yang diberikan, di mana mahasiswa diberikan kesempatan untuk membuat akun di platform e-commerce dan mengelola toko online, juga menunjukkan hasil yang positif. Namun, meskipun sebagian besar mahasiswa berhasil mengelola toko online mereka, masih ada kesulitan terkait dengan proses pembayaran, pengelolaan stok barang, dan logistik. Beberapa peserta merasa kesulitan dalam mengintegrasikan sistem pembayaran yang efisien atau memahami cara mengelola pengiriman barang yang tepat waktu.

Oleh karena itu, dalam kegiatan berikutnya, materi mengenai sistem pembayaran dan pengelolaan logistik sebaiknya lebih diperdalam. Selain itu, pendampingan lebih intensif dalam hal ini akan sangat membantu mahasiswa untuk memahami langkah-langkah teknis yang diperlukan dalam mengelola e-commerce secara menyeluruh.

### **4. Kurangnya Pemahaman Mengenai Analisis Pasar Digital**

Analisis pasar adalah salah satu elemen penting dalam bisnis e-commerce, namun sebagian besar mahasiswa masih belum sepenuhnya memahami bagaimana cara menganalisis pasar digital dan memanfaatkan data untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis. Dalam kegiatan ini, meskipun telah diberikan pemahaman dasar mengenai analisis pasar, masih ada ruang untuk memperdalam pengetahuan mahasiswa tentang alat analisis pasar dan cara menggunakannya untuk merumuskan strategi bisnis yang lebih tepat sasaran.

Dengan demikian, kegiatan sosialisasi yang lebih mendalam tentang analisis pasar digital, penggunaan tools analisis seperti Google Analytics, serta cara menganalisis tren pasar akan sangat membantu mahasiswa dalam membuat keputusan yang lebih informasional dan data-driven untuk bisnis mereka.

### **5. Tingkat Kepuasan dan Umpan Balik**

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan, sebagian besar mahasiswa merasa puas dengan pelaksanaan sosialisasi ini. Mereka merasa bahwa kegiatan ini sangat relevan dengan kebutuhan mereka sebagai calon pengusaha yang ingin memanfaatkan e-commerce. Umpan balik yang diberikan menunjukkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam memulai dan mengelola toko online mereka setelah mengikuti sosialisasi ini.

Meskipun demikian, beberapa mahasiswa menginginkan adanya kegiatan lanjutan yang lebih fokus pada praktik pemasaran digital dan pengelolaan bisnis online yang lebih teknis, terutama mengenai optimisasi situs web, media sosial, serta pengelolaan keuangan dan laporan penjualan.



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan

### **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai sosialisasi penggunaan e-commerce untuk mendukung pertumbuhan bisnis di era digital pada mahasiswa berhasil mencapai tujuannya. Mahasiswa menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman tentang e-commerce, baik secara teori maupun praktik. Mereka mampu memahami cara memulai dan mengelola bisnis online dengan memanfaatkan berbagai platform e-commerce. Meskipun ada beberapa tantangan, terutama dalam hal pemasaran digital dan pengelolaan logistik, mayoritas peserta merasa lebih siap untuk terjun ke dunia bisnis digital. Ke depan, diperlukan sesi lanjutan yang lebih fokus pada aspek pemasaran digital dan analisis pasar agar mahasiswa dapat lebih maksimal dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka secara online. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa, memperkuat kesiapan mereka dalam memanfaatkan teknologi untuk bisnis, dan membuka peluang baru di dunia digital.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Chaffey, D. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Koller, D. (2017). *E-Commerce Essentials: An Introduction to E-Commerce*. Cengage Learning.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019). *E-Commerce: Business, Technology, Society* (14th ed.). Pearson.
- Sharma, S. (2020). The Impact of E-Commerce on Business Growth. *International Journal of Business and Technology*, 10(2), 45-60.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., & Liang, T. P. (2018). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.