

OPTIMALISASI PELATIHAN *E-COMMERCE* PADA MATA KULIAH MANAJEMEN UNTUK Mendukung Kompetensi MAHASISWA PRODI AGRIBISNIS

Harianja¹, Jasri², Elgamar³, Nofri Wandu Al-Hafiz⁴, Febri Haswan⁵, Helpi Nopriandi⁶, Erlinda⁷, Aprizal⁸, Sri Chairani⁹, M. Yusfahmi¹⁰

¹⁻¹⁰ Universitas Islam Kuantan Singingi
Jl. Gatotsubroto KM 7, Jake, Kuantan Singingi, Riau

e-mail: ¹Harianja@gmail.com, ²Jasri@gmail.com, ³elgamar@gmail.com,
⁴wandie.88one@gmail.com, ⁵Febri.Haswan@gmail.com, ⁶helpi@gmail.com

Abstrak

Teknologi telah menjadi pendorong utama perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan elektronik (*e-commerce*). *E-commerce*, yang mencakup proses pembelian dan penjualan barang atau jasa secara elektronik melalui internet, telah memberikan dampak signifikan terhadap cara bisnis dilakukan di seluruh dunia. Kemajuan teknologi memungkinkan *e-commerce* untuk terus bertransformasi, menawarkan pengalaman belanja yang lebih nyaman, aman, dan personal, sekaligus memberikan akses ke pasar global. Teknologi digital yang diterapkan dalam *e-commerce* juga mendorong efisiensi operasional, inovasi berkelanjutan, dan peningkatan pengalaman pelanggan. Melihat pentingnya peran teknologi dalam *e-commerce*, kegiatan praktikum bertema "Pelatihan *E-commerce*" pada mata kuliah Informasi Manajemen Program Studi Agribisnis dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada peserta. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengembangan bisnis agribisnis secara inovatif dan efisien. Program ini diharapkan dapat mendorong mahasiswa untuk memahami peluang dan tantangan *e-commerce*, sehingga mereka mampu beradaptasi dan berkontribusi secara optimal dalam ekonomi digital.

Kata kunci: *E-commerce*, Teknologi Digital, Perdagangan Elektronik, Inovasi, Efisiensi Operasional

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu inovasi yang muncul dan terus berkembang pesat adalah perdagangan elektronik atau *e-commerce*. *E-commerce* menjadi solusi modern dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan proses pembelian dan penjualan barang atau jasa secara praktis melalui platform digital. Transformasi ini tidak hanya memberikan akses ke pasar global, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan memperkaya pengalaman pelanggan[2], [3].

Di era digital ini, *e-commerce* telah menjadi salah satu sektor strategis yang mendukung pertumbuhan ekonomi. Teknologi yang digunakan dalam *e-commerce*, seperti sistem pembayaran elektronik, pengelolaan data berbasis cloud, dan analisis perilaku konsumen, memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing secara inovatif. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kenyamanan dan aksesibilitas mendorong bisnis untuk terus beradaptasi dan mengembangkan strategi berbasis teknologi[4], [5].

Dalam konteks agribisnis, penerapan *e-commerce* menjadi sangat relevan untuk memperluas jangkauan pasar produk-produk agribisnis, meningkatkan nilai tambah, dan mempermudah interaksi antara produsen, konsumen, serta mitra usaha. Namun, keberhasilan

penerapan e-commerce membutuhkan pemahaman yang mendalam mengenai teknologi digital dan manajemen informasi. Oleh karena itu, Program Studi Agribisnis merancang kegiatan praktikum "Pelatihan E-commerce" dalam mata kuliah Informasi Manajemen untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong mahasiswa memahami peran strategis teknologi dalam mendukung pengelolaan bisnis agribisnis serta mempersiapkan mereka menghadapi tantangan dan peluang di era ekonomi digital. Dengan pelatihan ini, mahasiswa diharapkan mampu memanfaatkan teknologi e-commerce secara efektif untuk mendukung inovasi dan keberlanjutan usaha agribisnis[6], [7].

Penggunaan e-commerce terus berkembang dengan cepat, membawa perubahan signifikan dalam cara bisnis dilakukan di seluruh dunia. Teknologi ini tidak hanya memberikan akses ke pasar global, tetapi juga memungkinkan efisiensi operasional yang lebih besar, pengalaman pelanggan yang lebih baik, dan inovasi yang berkelanjutan dalam berbagai sektor ekonomi. E-commerce, singkatan dari electronic commerce atau perdagangan elektronik, merujuk pada proses pembelian dan penjualan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Ini melibatkan transfer data elektronik dan menggunakan teknologi digital seperti platform online untuk melakukan transaksi bisnis. E-commerce terus berkembang dan berubah seiring dengan perubahan teknologi dan perilaku konsumen. Ini memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk tumbuh dan berevolusi dalam cara mereka berinteraksi dengan pasar global secara digital[8].

2. METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan praktikum "*Pelatihan E-commerce*" ini dirancang untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan secara efektif kepada peserta. Adapun tahapan metode yang diterapkan meliputi:

Persiapan

1. **Analisis kebutuhan:** Mengidentifikasi kebutuhan mahasiswa Program Studi Agribisnis terkait pemahaman dan keterampilan e-commerce.
2. **Penyusunan materi pelatihan:** Menyusun modul pelatihan berbasis aplikasi praktis, mencakup dasar-dasar e-commerce, pengelolaan toko online, pemasaran digital, dan analisis data konsumen.
3. **Penyediaan perangkat:** Menyediakan alat pendukung seperti komputer, koneksi internet, dan perangkat lunak pendukung e-commerce.

Pelaksanaan Pelatihan

1. **Sesi teori:** Memberikan pemahaman dasar mengenai konsep e-commerce, platform digital, dan strategi penerapan dalam bisnis agribisnis.
2. **Sesi praktik:** Peserta diajak secara langsung untuk membuat akun di platform e-commerce, mengelola toko online, melakukan pemasaran digital, serta mengintegrasikan sistem pembayaran.
3. **Studi kasus:** Memberikan contoh penerapan e-commerce dalam agribisnis, sehingga peserta dapat melihat penerapan nyata dan potensi dalam industri.

Pendampingan dan Evaluasi

1. **Pendampingan:** Memberikan bimbingan intensif selama pelatihan untuk memastikan peserta mampu mempraktikkan materi yang diberikan.
2. **Simulasi:** Mengadakan simulasi transaksi e-commerce dari hulu ke hilir untuk menguji pemahaman peserta.
3. **Evaluasi:** Melakukan penilaian terhadap hasil belajar peserta melalui tugas individu dan kelompok, serta umpan balik dari peserta untuk penyempurnaan kegiatan di masa depan.

Monitoring dan Tindak Lanjut

1. Memberikan pendampingan pasca pelatihan kepada peserta yang ingin mengembangkan toko online mereka.
2. Menjalin kerja sama dengan pihak terkait untuk membuka peluang lebih luas bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu e-commerce di dunia nyata.

Metode ini dirancang untuk menggabungkan pendekatan teoretis dan praktis agar mahasiswa dapat memahami secara menyeluruh penerapan e-commerce, terutama dalam mendukung bisnis agribisnis di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap konsep dasar e-commerce, khususnya dalam konteks agribisnis. Mahasiswa mampu mengidentifikasi manfaat penerapan e-commerce, seperti memperluas pasar, meningkatkan efisiensi pemasaran, dan menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Hal ini terlihat dari hasil evaluasi awal dan akhir, yang menunjukkan peningkatan skor pemahaman rata-rata sebesar 40%[9], [10].. Melalui diskusi kelompok, mahasiswa mampu merancang strategi e-commerce yang relevan dengan jenis produk agribisnis yang mereka pilih. Beberapa strategi yang diusulkan mencakup:

1. Optimalisasi Media Sosial: Sebagian besar kelompok memilih Instagram dan Facebook sebagai platform utama untuk promosi.
2. Pembuatan Toko Online di Marketplace: Platform seperti Shopee dan Tokopedia menjadi pilihan utama karena kemudahan penggunaannya.
3. Penerapan Content Marketing: Mahasiswa merancang konten menarik berupa foto produk, video pendek, dan testimoni pelanggan untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

Selama sesi praktik, mahasiswa berhasil membuat akun dan mengelola toko online mereka. Beberapa keterampilan teknis yang dikuasai meliputi:

1. Mengunggah foto produk dengan deskripsi yang menarik.
2. Menentukan harga jual dan strategi diskon.
3. Melakukan simulasi transaksi, mulai dari pemesanan hingga pembayaran. Mahasiswa juga diajarkan cara menggunakan fitur analitik di platform e-commerce untuk memantau performa penjualan.

Beberapa tantangan yang diidentifikasi selama pelatihan adalah:

1. Keterbatasan Infrastruktur: Koneksi internet yang tidak stabil menjadi kendala utama dalam sesi praktik.
2. Kurangnya Pengalaman Teknis: Sebagian mahasiswa memerlukan waktu lebih lama untuk memahami penggunaan fitur-fitur teknis pada platform e-commerce.
3. Minimnya Modal Awal: Beberapa kelompok merasa kesulitan untuk memulai usaha karena keterbatasan modal untuk pengadaan produk.

Pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap kompetensi mahasiswa, baik dari segi pemahaman teoritis maupun keterampilan praktis. Mahasiswa yang sebelumnya kurang familiar dengan teknologi digital kini mampu memanfaatkan e-commerce sebagai sarana pemasaran agribisnis. Selain itu, pelatihan ini juga memupuk jiwa kewirausahaan mahasiswa, yang tercermin dari ide-ide kreatif mereka dalam mengembangkan toko online[11].

Diperlukan program pendampingan untuk memastikan mahasiswa dapat mengelola toko online mereka secara konsisten[12]. Penyediaan akses internet yang lebih stabil perlu diprioritaskan dalam kegiatan serupa di masa depan. Kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti pelaku usaha

atau platform e-commerce, dapat membantu mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung di industri. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil memberikan landasan yang kuat bagi mahasiswa untuk memanfaatkan e-commerce dalam mendukung usaha agribisnis, sekaligus mendorong mereka untuk menjadi pelaku bisnis digital yang kompeten[13].



Gambar 1. Pelatihan pembuatan aplikasi E-Commerce

Praktikum pembuatan konten digital bertujuan untuk melatih peserta dalam menciptakan konten yang menarik, informatif, dan relevan guna mendukung pemasaran produk agribisnis secara online. Peserta belajar cara memanfaatkan teknologi digital seperti kamera, perangkat lunak pengeditan, dan platform media sosial untuk memaksimalkan daya tarik produk[14].

Peserta mempraktikkan pengambilan gambar produk agribisnis mereka, seperti hasil panen atau olahan makanan, dengan menggunakan kamera smartphone atau DSLR. Langkah-langkah yang diajarkan[15].



Gambar 21. Dokumentasi Pelatihan

4. SIMPULAN

Praktikum ini memberikan keterampilan praktis kepada peserta dalam menciptakan konten digital yang mendukung promosi produk agribisnis. Peserta kini memiliki kemampuan untuk memaksimalkan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing dan pemasaran produk mereka. Praktikum pembuatan konten digital merupakan kegiatan yang sangat penting untuk mempersiapkan peserta agar dapat memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk secara efektif. Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya belajar tentang konsep dasar pembuatan konten, tetapi juga memperoleh keterampilan praktis dalam menggunakan berbagai alat dan platform digital untuk mengoptimalkan pemasaran produk mereka. Dengan memanfaatkan media sosial dan alat pengeditan digital seperti Canva dan Adobe Lightroom, peserta dapat menciptakan konten yang menarik dan profesional untuk mempromosikan produk mereka. Keberhasilan praktikum ini dapat dilihat dari peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya konten digital dalam dunia pemasaran, serta kemampuan mereka dalam merancang dan menghasilkan konten yang sesuai dengan audiens dan tujuan pemasaran mereka. Meskipun terdapat beberapa tantangan teknis, seperti keterbatasan alat dan aplikasi, solusi yang diberikan memungkinkan peserta untuk mengatasi hambatan tersebut dengan kreativitas dan sumber daya yang ada. Secara keseluruhan, praktikum ini telah memberikan pengalaman yang berharga bagi peserta untuk mengembangkan keterampilan yang relevan dengan dunia digital dan pemasaran, serta membuka peluang baru dalam meningkatkan daya saing produk mereka di pasar online. Ke depan, penting untuk terus memberikan pendampingan dan pelatihan lebih lanjut agar peserta dapat memanfaatkan konten digital secara maksimal dalam mengembangkan usaha mereka.

5. SARAN

Jika praktikum ini dilaksanakan dalam program studi tertentu, seperti Agribisnis atau Manajemen, menambahkan konteks ini pada judul dapat memberikan kejelasan tentang fokus kegiatan. dapat lebih menggambarkan relevansi praktikum dalam mendukung pemasaran produk agribisnis secara digital. Hal ini akan memberi gambaran yang lebih jelas tentang alat yang dipelajari dalam praktikum. Jika tujuan praktikum ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada pemula dalam pembuatan konten digital, juga dapat menunjukkan relevansi praktikum untuk pengembangan usaha kecil. Terakhir, jika praktikum ini bertujuan untuk memanfaatkan tren pemasaran digital di era teknologi yang semakin berkembang, dapat menekankan pentingnya adaptasi teknologi dalam dunia bisnis saat ini. Dengan memilih judul yang lebih spesifik dan jelas, peserta atau pembaca dapat lebih memahami tujuan dan manfaat praktikum ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian ini. Terutama kepada para mahasiswa peserta pelatihan yang dengan antusiasme dan semangat tinggi mengikuti setiap tahapan kegiatan. Semangat mereka dalam belajar dan berinovasi merupakan sumber inspirasi yang luar biasa. Kami juga menyampaikan apresiasi yang tinggi kepada dosen pengampu mata kuliah, tim fasilitator, serta semua pihak yang telah memberikan waktu, pengetahuan, dan dukungan teknis untuk keberhasilan pelatihan ini. Tanpa bantuan dan kerjasama yang baik, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan lancar. Tidak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada pihak terkait, seperti pihak kampus dan mitra lainnya, yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan pengabdian ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi peserta, serta mendorong pengembangan kemampuan digital di bidang agribisnis yang semakin relevan di era teknologi ini. Semoga kerja sama ini terus berlanjut dan memberikan dampak positif untuk perkembangan ilmu

pengetahuan, serta mendukung tercapainya tujuan bersama dalam membangun usaha agribisnis yang lebih maju dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Afianti, N. A. Ramadhani, A. R. Rahmi, and ..., "Pemasaran Digital Efektif Dalam Platform Tokopedia: Studi Kasus," *J. ...*, 2023, [Online]. Available: <https://jcs.greenpublisher.id/index.php/jcs/article/view/455>
- [2] F. Sudirjo, T. Purwati, W. Widyastuti, Y. U. Budiman, and ..., "Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce," *J. Pendidik. ...*, 2023, [Online]. Available: <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422>
- [3] N. Dewi and D. A. D. Nasution, "Pentingnya Penerapan E-Commerce Bagi UMKM Sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0," *J. Pijar*, 2023, [Online]. Available: <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb/article/view/570>
- [4] L. Sugiyanti, M. Z. Rabbil, K. C. Oktavia, and M. Silvia, "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM," *Masarin*, 2022, [Online]. Available: <https://jurnalbima.id/index.php/masarin/article/view/197>
- [5] H. Ismail, "Strategi Pemasaran Digital Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Bisnis di Era Digital," *J. Ekon. Manaj. Dan Bisnis*, 2023.
- [6] W. Wahyudi, M. Mukrodi, E. Sugiarti, and ..., "Mengenal pemasaran digital dan market place: Solusi meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19," *J. PKM ...*, 2022, [Online]. Available: <https://ojs.pseb.or.id/index.php/pkm/article/view/237>
- [7] A. D. Shafwah, A. Fauzi, L. A. Y. Caesar, and ..., "Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E-Commerce Shopee (Literature Review ...)," *J. Ilmu ...*, 2024, [Online]. Available: <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1738>
- [8] N. I. Lailiyah, "Literature Review: KOL Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di Era Sosial 5.0," *J. Inform. Ekon. Bisnis*, 2023, [Online]. Available: <https://www.infeb.org/index.php/infeb/article/view/576>
- [9] D. N. Fahira, E. Agustina, and M. Qurhtuby, "Digital Marketing Implementation: Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang," *J. Pendidik. Tambusai*, 2021, [Online]. Available: <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1958>
- [10] S. Adithia and M. P. P. Jaya, "Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi," *J. Res. Bus. ...*, 2021, [Online]. Available: <http://journal.lspr.edu/index.php/jrbt/article/view/279>
- [11] N. S. Sihombing, E. Pardede, A. Sihombing, and N. Dewantara, *Pemasaran Digital*. books.google.com, 2022. [Online]. Available: https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=o8CAEAAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PP2%5C&dq=pemasaran+digital%5C&ots=dpkX_jaIQ-%5C&sig=fr_VIIInyByMVdXDzeT9GxQ9Qtk
- [12] M. A. Sifwah, Z. Z. Nikhal, A. P. Dewi, and ..., "Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM," *MANTAP J. ...*, 2024, [Online]. Available: <http://rayyanjournal.com/index.php/mantap/article/view/1592>
- [13] P. H. Asis, M. Marjani, and A. A. Ma'ruf, "Penggunaan Pemasaran Digital (Digital Marketing) Sebagai Pendukung Pengembangan Usaha Pada Kelompok Pengrajin Anoa Art," ... *J. Pengabd. Kpd. ...*, 2020, [Online]. Available: <https://journal.ilinstitute.com/index.php/caradde/article/view/344>
- [14] H. Magdalena and H. Santoso, "Sosialisasi pemasaran digital bagi pelaku industri rumahan di kabupaten bangka tengah," *J. Abdidas*, 2021, [Online]. Available:

- <https://mail.abdidas.org/index.php/abdidas/article/view/429>
- [15] M. Y. Balaka, J. W. Kuswinardi, I. Wilyadewi, and ..., "Aplikasi Mobile dalam Pemasaran Digital: Analisis Literatur tentang Pengaruhnya terhadap Keuangan dan Strategi Pemasaran Bisnis," *J. Pendidik. ...*, 2023, [Online]. Available: <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/10002>