

SOSIALISASI DAN KOLABORASI MELALUI E-COMMERCE DI DESA TUGU UTARA

Lydia Darmiyanti^{1*}, Nuke Lu'ul Chusna S² dan Sutaryo³

¹Departemen Teknik Sipil Universitas Krisnadwipayana, Indonesia

²Departemen Teknik Informatika Universitas Krisnadwipayana, Indonesia

³Departemen Teknik Perencanaan Wilayah dan Tata Kota Universitas Krisnadwipayana, Indonesia

Email: lydiadarmiyanti@unkris.ac.id

Abstrak

Desa Tugu Utara adalah sebuah destinasi wisata di Cisarua, Bogor, Jawa Barat yang menjadi fokus penelitian ini. Tujuan penelitian adalah memberikan pemahaman mendalam mengenai aspek teknis dan pengelolaan E-commerce serta mengidentifikasi kebutuhan pendampingan melalui kolaborasi. Desa ini menarik perhatian sebagai inisiatif yang berupaya beradaptasi dengan kemajuan teknologi di era digital. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPM) Universitas Krisnadwipayana (UNKRIS) terlibat dalam kolaborasi dengan Desa Tugu Utara untuk menyelenggarakan kegiatan sosialisasi E-Commerce, yang melibatkan seluruh fakultas di Universitas Krisnadwipayana, dengan harapan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan konektivitas global. Metode penelitian yang diterapkan melibatkan observasi, Focus Group Discussion (FGD), sosialisasi konsep dasar, workshop praktis, serta pendampingan dan bimbingan. Hasil penelitian ini mencakup kegiatan sosialisasi dan penyerahan E-commerce di Desa Tugu Utara, dengan paparan narasumber dari berbagai fakultas UNKRIS. Identifikasi kebutuhan pendampingan berkelanjutan dilakukan secara kolaboratif oleh keempat fakultas UNKRIS. Kolaborasi ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pengembangan ekonomi dan konektivitas Desa Tugu Utara.

Abstract

Tugu Utara Village is a tourist destination in Cisarua, Bogor, West Java which is the focus of this research. The research aimed to provide an in-depth understanding of the technical aspects and management of E-commerce and identify mentoring needs through collaboration. This village attracts attention as an initiative that seeks to adapt to technological advances in the digital era. The Research and Community Service Institute (LPM) of Krisnadwipayana University (UNKRIS) is involved in collaboration with Tugu Utara Village to organize E-Commerce socialization activities, involving all faculties at Krisnadwipayana University, with the hope of encouraging local economic growth and global connectivity. The research method applied involves observation, Focus Group Discussion (FGD), socialization of basic concepts, practical workshops, and mentoring and guidance. The results of this research include E-commerce socialization and handover activities in Tugu Utara Village, with exposure to resource persons from various UNKRIS faculties. Identification of the need for ongoing assistance was carried out collaboratively by the four UNKRIS faculties. This collaboration is expected to have a positive impact on the economic development and connectivity of Tugu Utara Village.

Kata kunci: E-commerce, kolaborasi, pengembangan ekonomi, sosialisasi.

PENDAHULUAN

Desa Tugu Utara, yang terletak di Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, menandai sebuah perubahan yang signifikan dalam dinamika teknologi di tengah masyarakat pedesaan. Sebagai bagian dari kecamatan yang subur, Desa Tugu Utara menarik perhatian sebagai

pusat inisiatif yang berusaha mengadaptasi kemajuan teknologi di era digital. Desa ini, dengan keunikan dan keindahan alamnya, menjadi tempat strategis untuk menjembatani pertumbuhan teknologi di perdesaan, membawa sekaligus mewujudkan era baru yang mengarah pada konektivitas digital yang merata. Desa ini memiliki luas wilayah yang mencapai 1.703 Hektar, dibagi menjadi 3 (Tiga) Dusun, 6 (Enam) RW, dan 24 (Dua Puluh Empat) RT. Fakta ini menunjukkan skala yang cukup besar dari Desa Tugu Utara, dan struktur organisasinya yang terdiri dari beberapa dusun, RW, dan RT mencerminkan kompleksitas serta keragaman masyarakatnya. Luas wilayah yang dimiliki Desa Tugu Utara menjadi landasan yang kuat untuk mengembangkan dan mengimplementasikan teknologi di tengah-tengah masyarakat yang tersebar di berbagai wilayah desa.

Era digital telah menghadirkan dinamika baru dalam kehidupan ekonomi global, dan *E-commerce* muncul sebagai kekuatan pendorong pertumbuhan yang signifikan, memberikan dampak positif terutama bagi komunitas lokal. Di tengah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, *E-commerce* bukan hanya sekadar alat perdagangan, melainkan juga pemacu utama bagi ekonomi lokal. Dalam menggali potensi ekonomi dan meningkatkan konektivitas, *E-commerce* muncul sebagai kekuatan pendorong pertumbuhan yang krusial. Fenomena ini, terutama pada sektor UMKM, memberikan dampak positif yang signifikan pada ekonomi lokal. Saat masyarakat semakin memiliki harapan tinggi terhadap kemudahan bertransaksi secara digital, *E-commerce* hadir dengan berbagai jenis, mulai dari interaksi bisnis hingga model konsumen yang semakin berkembang. Ada tiga kategori utama dari *E-commerce* melihat sifat dari partisipan. (Ayu S, 2020) Pertama, *Business to Consumer (B2C) E-Commerce*. *Business to consumer* dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi *E-commerce* ini terjadi layaknya jual-beli biasa, melibatkan pengeceran produk dan jasa ke konsumen individu. Konsumen mendapatkan penawaran produk dan melakukan pembelian secara online

E-commerce merupakan aktivitas bisnis yang melibatkan konsumen, manufaktur, penyedia layanan, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan komputer, yaitu internet. (Novyarni N, Aprileny I, Anhar M, Sumitro S, 2022) Kemajuan teknologi telah menghubungkan seluruh dunia, menciptakan era globalisasi yang tak terhindarkan. Perbedaan antar negara semakin menghilang, menciptakan masyarakat dan ekonomi baru dalam dinamika kehidupan. Teknologi informasi yang terus berkembang dan tuntutan globalisasi dari masyarakat dunia membawa dampak paradoks, di mana globalisasi mendorong universalitas dan modernitas dalam sistem nilai, perilaku, dan gaya hidup. Dengan perkembangan pesat teknologi, khususnya pemanfaatan internet, aktivitas berbagai aspek kehidupan semakin berkembang. Penggunaan internet yang positif dapat memberikan dampak positif yang signifikan, seperti yang terlihat dalam contoh pemanfaatan internet dalam proses jual-beli online (Radovilsky, 2015).

E-commerce adalah kreativitas dalam berwirausaha melalui kemajuan teknologi (Pradana, 2015). Model kewirausahaan berbasis jaringan atau internet ini muncul sebagai inovasi di bidang kewirausahaan, mempermudah penjual, produsen, dan konsumen dalam bertransaksi. *E-commerce* menjadi kunci penting dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta memperluas akses pasar. Berkembangnya *E-commerce* berbasis jaringan atau internet membantu produsen dengan cara mengeliminasi keterbatasan fisik, di mana mereka tidak perlu lagi membawa produk ke titik penjualan. Keberadaan *E-Commerce*, dengan kemudahannya yang dapat diakses oleh siapa pun, memperluas basis konsumen dan berpotensi meningkatkan produksi serta ekonomi produsen. Dalam dunia kewirausahaan ini, diharapkan kemajuan teknologi yang terus berkembang akan membawa dampak positif pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. (Maria Prilia Karibera, Rolland E. Fanggidae et al., 2023)

E-commerce memberikan sejumlah keuntungan signifikan bagi produsen dan konsumen. 1) untuk produsen, platform ini menyediakan *Deals and Advancement Instruments* yang memudahkan mereka menawarkan produk dan layanan kepada pelanggan tanpa harus bertemu langsung. Hal ini memperluas akses ke pangsa pasar yang besar, meningkatkan peluang pertukaran perdagangan, dan memungkinkan produsen menjual produk dengan lebih mudah untuk memaksimalkan keuntungan. 2) meningkatnya jumlah pengguna aplikasi *E-commerce* menciptakan persaingan yang ketat di pasar,



SIKAMA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Vol. 2, No. 1, April 2024, Hlm 30 – 36

ISSN 3025-8464 [print](#)) dan ISSN 2988-2419 ([online](#))

mendorong produsen untuk menciptakan produk yang lebih menarik dan berkualitas tinggi untuk memenangkan persaingan. 3) *E-commerce* memungkinkan produsen dan penjual menjangkau target konsumen yang ditentukan sebelumnya, memberikan keuntungan bagi pembeli yang dapat membeli produk langsung dari penjual tanpa perasaan dibohongi atau dimanipulasi. 4) melalui instrumen khusus dalam bisnis berbasis web, produsen dapat berkomunikasi langsung dengan klien untuk memberikan informasi yang dibutuhkan, meningkatkan keterlibatan, dan menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen. (Radovilsky, 2015)

Motivasi Universitas Krisnadwipayana dalam menginisiasi kegiatan sosialisasi dan implementasi *E-commerce* di Desa Tugu Utara mencerminkan peran kampus sebagai agen perubahan pendidikan. Dalam upaya menuju masyarakat yang lebih inklusif dalam teknologi, universitas menegaskan pentingnya mengambil langkah proaktif dengan menyajikan *E-commerce* sebagai instrumen untuk mengatasi kesenjangan digital dan memperkenalkan kemajuan teknologi di lingkungan masyarakat pedesaan. Sejalan dengan konsep Tri Dharma perguruan tinggi, pengabdian kepada masyarakat menjadi suatu Dharma yang harus dilaksanakan oleh segenap civitas akademika, termasuk pengajar Universitas Buana Perjuangan.

Langkah ini dilakukan dalam kerangka program yang telah diimplementasikan oleh Lembaga Penelitian Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Krisnadwipayana, dengan memberikan prioritas sesuai disiplin ilmu program studi. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini mencakup penyelenggaraan sosialisasi dan workshop E-Commerce, yang bukan hanya merupakan upaya akademis semata, tetapi juga menjadi bagian integral dari tanggung jawab sosial dan edukatif universitas. Dengan penyelenggaraan ini, universitas bertujuan memberdayakan masyarakat Desa Tugu Utara dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk beradaptasi dengan era digital, sekaligus meningkatkan kapasitas ekonomi mereka. (Sardi MVS, Nuryadiansyah R, 2022)

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan sosialisasi *E-commerce* di Desa Tugu Utara melibatkan dua aspek pokok. Pertama, penyelenggaraan sosialisasi bertujuan memberikan pemahaman yang substansial kepada masyarakat Desa Tugu Utara mengenai konsep, manfaat, dan pengelolaan E-Commerce. Dalam pendekatan mendalam ini, peserta sosialisasi diharapkan dapat memahami secara menyeluruh peran *E-commerce* bukan hanya sebagai alat perdagangan, tetapi juga sebagai sarana yang mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan membuka peluang konektivitas global. Kedua, kegiatan ini juga bertujuan untuk merumuskan kebutuhan masyarakat melalui kolaborasi dengan keempat fakultas UNKRIS. Selain menjadi sumber informasi, sosialisasi *E-commerce* menjadi forum interaktif di mana masyarakat dapat menyuarakan kebutuhan dan aspirasi mereka. Dengan keterlibatan fakultas-fakultas terkait, tujuannya adalah agar penjangkauan kebutuhan mencakup aspek teknis, ekonomi, administratif, dan hukum yang relevan. Dengan demikian, pengembangan *E-commerce* di Desa Tugu Utara diharapkan menjadi lebih kontekstual, sesuai dengan kondisi lokal, dan responsif terhadap harapan masyarakat.

E-commerce menjadi fokus utama sosialisasi sebagai respons terhadap dinamika teknologi dan kebutuhan masyarakat. (Novyarni N, Aprileny I, Anhar M, Sumitro S, 2022) Perkembangan teknologi digital, terutama penggunaan internet, memberikan peluang besar bagi pemberdayaan ekonomi lokal dan konektivitas global melalui (Ayu S, 2020). Penyelenggaraan kegiatan ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya adaptasi terhadap era digital, di mana *E-commerce* menjadi sarana strategis untuk memperluas akses pasar, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan peluang bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai peran *E-commerce* dalam konteks Desa Tugu Utara akan menjadi landasan utama untuk kesuksesan implementasi program sosialisasi ini.

Harapan dari kegiatan sosialisasi ini adalah masyarakat Desa Tugu Utara dapat merasakan manfaat nyata dari penerapan E-Commerce, serta dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan mereka secara berkelanjutan. langkah ini, diharapkan pengembangan *E-commerce* di Desa Tugu Utara dapat menjadi lebih kontekstual, sesuai dengan kondisi lokal, dan responsif terhadap harapan masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Tugu Utara, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Desa ini dipilih karena menjadi pusat inisiatif dalam mengadaptasi kemajuan teknologi di era digital, serta telah memenangkan anugerah sebagai desa terindah di Jawa Barat pada ajang Desa Wisata Kememparekraf RI 2022. Subjek penelitian utama adalah masyarakat Desa Tugu Utara. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, dengan fokus pada mereka yang akan terlibat langsung dalam kegiatan sosialisasi, termasuk pengurus desa, tokoh masyarakat, dan warga yang memiliki potensi untuk menjadi pelaku bisnis online.

Tahapan pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan penerapan E-commerce ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Observasi: Pengamatan langsung dilakukan terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan kebiasaan masyarakat Desa Tugu Utara untuk mendapatkan pemahaman kontekstual.
2. *Focus Group Discussion* (FGD): Diskusi kelompok dilaksanakan untuk merumuskan kebutuhan masyarakat secara kolektif dan membangun pemahaman bersama.
3. Sosialisasi Konsep Dasar E-Commerce: Penyampaian konsep dasar E-commerce kepada masyarakat Desa Tugu Utara untuk memahami manfaat dan potensinya.
4. Workshop Praktis: Pelaksanaan workshop untuk memberikan panduan praktis dalam menggunakan platform E-Commerce, pembuatan akun, dan transaksi online.
5. Pendampingan dan Bimbingan: Memberikan pendampingan dan bimbingan kepada masyarakat yang ingin mengembangkan bisnis online mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-commerce merupakan suatu rangkaian teknologi, aplikasi, dan kegiatan bisnis yang memfasilitasi perusahaan atau individu sebagai konsumen untuk menjalankan transaksi elektronik serta pertukaran informasi melalui internet atau jaringan (V., 2023). Dalam rangka menjalankan sosialisasi *E-commerce* di Desa Tugu Utara, berbagai kegiatan telah dilakukan sebagai upaya mendukung pemahaman dan penerapan konsep ini di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) setempat. *E-commerce* memfasilitasi transaksi elektronik dan pertukaran informasi melalui internet atau jaringan. Meskipun pertumbuhan pengguna *E-commerce* belum mencapai potensinya, terutama di lingkungan negara berkembang seperti Indonesia, upaya sosialisasi di Desa Tugu Utara menjadi langkah awal untuk membuka wawasan dan peluang penerapan *E-commerce* dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat.

Pada tanggal 31 Maret 2022, di Kantor Desa Tugu Utara, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, telah dilaksanakan kegiatan sosialisasi dan penyerahan E-Commerce. Acara ini melibatkan paparan narasumber dari berbagai fakultas, seperti Teknik Informatika FT Unkris, P2M FE Unkris, P2M FIA Unkris, dan P2M FH Unkris. Melalui paparan ini, masyarakat Desa Tugu Utara diberikan pemahaman mendalam mengenai konsep dan manfaat E-Commerce. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat Desa Tugu Utara. Identifikasi kebutuhan ini dilakukan secara kolaboratif, melibatkan keempat fakultas Unkris, guna merancang kegiatan pendampingan dan pelatihan berkelanjutan. Dengan adanya kolaborasi dari berbagai disiplin ilmu, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak positif yang holistik bagi pengembangan ekonomi lokal dan konektivitas global di Desa Tugu Utara.

3.1 Tahapan Pertama : Observasi

Tahapan pertama dalam rangkaian kegiatan sosialisasi dan penerapan *E-commerce* di Desa Tugu Utara adalah observasi. Pengamatan langsung terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan kebiasaan masyarakat Desa Tugu Utara memberikan pemahaman kontekstual yang mendalam. Dalam observasi ini, kami mengidentifikasi bahwa masyarakat tidak hanya memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha lokal di sektor pariwisata dan produk unggulan seperti kopi, tetapi juga menyoroti keterlibatan dan keuletan mereka dalam melestarikan tradisi lokal. Hasil observasi mendalam ini menggambarkan kekayaan budaya dan sumber daya alam yang dapat menjadi nilai

tambah dalam pengembangan bisnis lokal. Masyarakat Desa Tugu Utara tidak hanya melihat potensi ekonomi tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai lokal dalam setiap aktivitas usaha yang mereka lakukan. Hal ini memberikan perspektif holistik terhadap potensi pengembangan *E-commerce* di desa ini, di mana kearifan lokal dan identitas kultural diintegrasikan ke dalam strategi pengembangan bisnis mereka.

3.2 Tahapan Kedua : *Focus Group Discussion*

Tahapan kedua dalam implementasi *E-commerce* di Desa Tugu Utara adalah Focus Group Discussion (FGD). Melalui FGD, kami menganalisis kebutuhan masyarakat secara kolektif, menciptakan forum partisipatif yang memberikan wadah bagi berbagai elemen masyarakat untuk berbagi pandangan dan aspirasi. Desa Tugu Utara, yang kaya akan destinasi wisata, termasuk keindahan alam dan keberagaman produk unggulan seperti kopi, menjadi sorotan utama dalam diskusi ini. Kami melihat bahwa potensi besar yang dimiliki oleh desa wisata ini perlu didukung dengan implementasi *E-commerce* agar dapat berkembang secara lebih baik dan berkelanjutan.

Temuan dari FGD ini menjadi dasar untuk merumuskan strategi sosialisasi yang lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat. Dalam FGD ini, partisipasi aktif dari berbagai kalangan, termasuk pengurus desa, tokoh masyarakat, dan perwakilan pelaku usaha, menunjukkan tingginya antusiasme terhadap program *E-Commerce*. Diskusi yang terbuka dan inklusif menciptakan pemahaman bersama mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh masyarakat Desa Tugu Utara. Dengan merinci kebutuhan dan harapan masyarakat melalui FGD, kami dapat merancang pendekatan yang lebih tepat dan responsif dalam menyampaikan informasi mengenai *E-Commerce*, serta memastikan bahwa setiap langkah implementasi didasarkan pada kebutuhan riil masyarakat.

3.3 Tahapan Ketiga : Sosialisasi Konsep Dasar E-Commerce

Tahapan ketiga, Sosialisasi Konsep Dasar E-Commerce, menjadi langkah kunci dalam menciptakan pemahaman yang mendalam di kalangan masyarakat Desa Tugu Utara mengenai manfaat dan potensi dari platform E-Commerce. Penyampaian konsep dasar *E-commerce* melibatkan interaksi langsung, memungkinkan pertukaran informasi yang lebih efektif. Melalui paparan narasumber, sejumlah topik esensial terkait *E-commerce* diperkenalkan, mencakup pengenalan E-Bisnis sebagai langkah awal dalam memahami dinamika bisnis elektronik. Proses pembangunan *E-commerce* yang melibatkan survey dan pembuatan prototype dijelaskan sebagai langkah konkret untuk mengimplementasikan konsep tersebut. Selain itu, aspek hukum terkait *E-commerce* di Indonesia menjadi fokus paparan, menyoroti pentingnya memahami kerangka hukum yang mengatur aktivitas bisnis dalam dunia digital.

Forum tanya jawab yang melibatkan berbagai pihak kunci, seperti Pengelola Desa Wisata, Koperasi RT/RW, Asosiasi Desa Wisata Kabupaten Bogor, dan BPD Desa Tugu Utara, memperkaya sesi sosialisasi. Interaksi antara narasumber dan peserta forum menciptakan momen interaktif yang sangat berarti. Pertanyaan dan tanggapan dari masyarakat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai persepsi, kebutuhan, dan potensi implementasi *E-commerce* di tingkat desa.



Gambar 1. Peserta Sosialisasi E-Commerce

Melalui dialog interaktif ini, sejumlah tantangan yang dihadapi dan harapan-harapan terkait penerapan *E-commerce* di Desa Tugu Utara terungkap dengan lebih jelas. Masyarakat memiliki kesempatan untuk secara langsung berbagi pandangan, sedangkan narasumber memberikan jawaban yang informatif dan membuka pemahaman lebih lanjut. Keseluruhan, sesi tanya jawab ini menjadi titik fokus yang menggambarkan realitas dinamika sosial, ekonomi, dan hukum yang perlu dipertimbangkan dalam implementasi *E-commerce* di tingkat desa. Pengenalan kemitraan dari Program Studi Teknik Industri dan Teknik Informatika membuka potensi kolaborasi yang signifikan, terutama dalam optimalisasi perkebunan damar yang ada di Desa Tugu Utara. Tim dari Prodi Teknik Industri siap memberikan bantuan dan pendampingan untuk mengoptimalkan potensi perkebunan damar tersebut.



Gambar 2. Tim Unkris dan Tim Peserta Desa Tugu Utara

Dengan melibatkan Program Studi Teknik Industri dan Teknik Informatika, diharapkan dapat terbentuk sinergi yang kuat antara ilmu teknik dan potensi lokal Desa Tugu Utara. Kerjasama ini bukan hanya mencakup optimalisasi perkebunan damar tetapi juga menciptakan inovasi dan solusi yang dapat memberikan dampak positif secara ekonomi dan sosial bagi masyarakat desa. Selanjutnya, langkah-langkah konkrit akan dirancang untuk mengimplementasikan ide dan potensi yang telah diidentifikasi dalam kerangka kemitraan yang saling menguntungkan ini.

3.4 Tahapa Keempat : Workshop Praktis

Tahapan keempat, Workshop Praktis, menjadi momen penting dalam memberikan panduan praktis bagi masyarakat Desa Tugu Utara dalam menggunakan platform E-Commerce. Workshop ini dirancang untuk mencakup seluruh proses, mulai dari pembuatan akun hingga pelaksanaan transaksi online, dengan tujuan memberikan keterampilan praktis yang dapat segera diterapkan oleh para peserta. Dalam konteks ini, Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana turut andil dalam memberikan panduan penggunaan *E-commerce* atau website yang telah dibuatkan oleh fakultas. Hal ini diinisiasi sebagai upaya konkret untuk mendorong kemajuan sektor pariwisata di Desa Tugu Utara melalui pemanfaatan teknologi digital.

Keterlibatan aktif fakultas tersebut memberikan nilai tambah dalam pemahaman dan penerapan praktis bagi masyarakat desa. Panduan yang disediakan tidak hanya terbatas pada aspek dasar penggunaan *E-commerce* tetapi juga mencakup strategi pengembangan bisnis online yang lebih efektif. Dengan demikian, workshop ini bukan hanya menjadi langkah nyata dalam menggerakkan potensi bisnis online di Desa Tugu Utara tetapi juga menjadi wujud kolaborasi antara institusi pendidikan dan masyarakat untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing di era digital. Melalui interaksi langsung, workshop memberikan kesempatan kepada peserta untuk secara praktis mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh, menjembatani divisi antara teori dan praktik. Langkah-langkah konkrit yang dihasilkan dari workshop ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam ekosistem E-Commerce, mendorong pertumbuhan bisnis lokal, dan memperkuat fondasi ekonomi desa secara keseluruhan.



3.5 Tahapan kelima : Pendampingan dan Bimbingan

Tahapan terakhir, Pendampingan dan Bimbingan, menjembatani antara pemahaman konsep dengan implementasi nyata bisnis online di Desa Tugu Utara. Sesi ini dirancang untuk memberikan dukungan langsung kepada masyarakat yang ingin mengembangkan bisnis online, menawarkan bimbingan teknis, manajerial, dan pemasaran yang holistik. Tim pendamping yang terdiri dari ahli industri dan akademisi berperan aktif dalam memberikan arahan dan solusi konkret bagi para pelaku bisnis online. Dalam aspek teknis, pendampingan melibatkan pemberian panduan lebih lanjut terkait penggunaan platform E-Commerce, pemeliharaan website, dan peningkatan keamanan transaksi online. Selain itu, aspek manajerial mencakup strategi pengelolaan bisnis, analisis keuangan, dan perencanaan pengembangan jangka panjang. Di sisi pemasaran, tim pendamping memberikan wawasan tentang pemasaran digital, branding, dan strategi komunikasi yang dapat meningkatkan visibilitas bisnis online.

Melalui pendampingan ini, masyarakat tidak hanya memperoleh pengetahuan tambahan tetapi juga dapat mengatasi berbagai tantangan yang mungkin dihadapi dalam mengelola bisnis online. Pergeseran dari konsep menjadi implementasi bisnis yang nyata diarahkan untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis online di tingkat individu maupun kolektif. Kesempatan untuk berdiskusi langsung dengan tim pendamping menciptakan lingkungan yang mendukung dan memotivasi, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil masyarakat dapat memberikan dampak positif terhadap pengembangan ekonomi Desa Tugu Utara secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal, antara lain: Pertama, E-commerce memegang peran penting dalam pemasaran komoditas unggulan Desa Tugu Utara, terutama dalam mendukung sektor desa wisata, kopi, dan komoditas unggulan lainnya. Meskipun demikian, perlu dilakukan penambahan konten dan pengelolaan secara berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas dan daya tarik E-commerce sebagai sarana pemasaran. Kedua, terdapat kebutuhan mendesak akan kegiatan pendampingan dari empat fakultas di Universitas Krisnadipayana terhadap Desa Tugu Utara. Ini mencakup pelatihan bagi petugas operasional E-Commerce, digitalisasi desa wisata, penyusunan perdes pariwisata, pemberdayaan pengelolaan sampah organik, mekanisme kelembagaan pengelola E-Commerce, manajemen bisnis kopi, pengelolaan damar nilai ekonomis, serta pelaksanaan PKM dan/atau KKN mahasiswa dengan pendampingan dosen. Melalui upaya ini, diharapkan dapat terwujud sinergi yang kuat antara universitas dan Desa Tugu Utara, menciptakan dampak positif baik dalam pengembangan E-commerce maupun pemberdayaan masyarakat desa secara keseluruhan. Dengan demikian, langkah-langkah konkret yang diterapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan ekonomi lokal serta peningkatan kualitas hidup masyarakat Desa Tugu Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu S, L. A. (2020). Peran E-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis.*, 9(2), 114-123.
- Maria Prilia Karibera, Rolland E. Fanggidae, N. P. N., Guterres, & Desousa, A. (2023). PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN, SIKAP KEWIRAUSAHAAN, DAN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 16(1), 185–196.
- Novyarni N, Aprileny I, Anhar M, Sumitro S, M. M. (2022). Pentingnya Pemahaman E-commerce Bagi Siswa di Era Digitalisasi. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan.*, 2(1), 56-62.
- Pradana, M. (2015). (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *MODUS.*, 27(2), 163–174.
- Radovilsky, Z. (2015). *Business Models for E-Commerce*. California State University, East Bay :



SIKAMA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Vol. 2, No. 1, April 2024, Hlm 30 – 36

ISSN 3025-8464 (print) dan ISSN 2988-2419 (online)

Cognella Academic Publishing & Business Expert Press.

Sardi MVS, Nuryadiansyah R, F. A. (2022). Sosialisasi E-commerce di Kalangan UMKM. *JIMAKUKERTA*, 2(3).

V., M. (2023). Peran E-commerce dalam Kewirausahaan di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Penelitian*., 4(1), 121–128.