

Pelatihan E-Commerce Untuk Komunitas Pengrajin

Muhammad Amin^{1*}, Rolly Yesputra², Windi Awanda Sari³, Nasrun Marpaung⁴, Parini⁵

^{1,2}Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Komputer, Universitas Royal, Kisaran, Indonesia

^{3,4,5}Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Royal, Kisaran, Indonesia

Email: ^{1*} stmikroyal13@gmail.com, ²rollyyp@royal.ac.id, ³windiawanda8@gmail.com,

⁴nasrunavara@gmail.com, ⁵parini.royal@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: stmikroyal13@gmail.com

Abstrak- Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk ekonomi dan perdagangan. Salah satu dampak utamanya adalah munculnya e-commerce, yang telah mengubah cara berbisnis dan bertransaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan e-commerce bagi komunitas pengrajin di Indonesia, dengan fokus pada perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap mereka terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam bisnis kerajinan tangan. Menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, penelitian ini menghasilkan beberapa temuan penting. Pertama, pelatihan e-commerce terbukti mampu meningkatkan pemahaman pengrajin mengenai konsep dan praktik penggunaan platform digital, mulai dari pembuatan akun hingga strategi pemasaran online. Kedua, keterampilan teknis pengrajin meningkat secara signifikan, ditandai dengan kemampuan mereka mengelola toko online secara mandiri dan memaksimalkan fitur e-commerce. Ketiga, pelatihan ini juga berdampak positif pada kepercayaan diri pengrajin, yang sebelumnya ragu menggunakan teknologi, namun kini lebih siap memasarkan produk secara digital.

Kata Kunci: E-Commerce, Pelatihan Digital, Pengrajin, Teknologi Informasi, Pemasaran Online

Abstract- The development of information and telecommunication technology in the digital era has brought significant changes in various sectors, including the economy and trade. One of the main impacts is the emergence of e-commerce, which has transformed the way of doing business and transacting. This research aims to evaluate the effectiveness of e-commerce training for artisan communities in Indonesia, focusing on changes in their knowledge, skills, and attitudes towards the use of digital technology in handicraft businesses. Using qualitative and quantitative approaches, this research produces several important findings. First, e-commerce training has been proven to enhance artisans' understanding of the concepts and practices of using digital platforms, from creating accounts to online marketing strategies. Second, the technical skills of artisans have significantly improved, marked by their ability to independently manage online stores and maximize e-commerce features. Third, this training has also had a positive impact on artisans' self-confidence, who were previously hesitant to use technology, but are now more ready to market products digitally.

Keywords: E-Commerce, Digital Training, Craftsmen, Information Technology, Online Marketing

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan teknologi telekomunikasi di era digitalisasi saat ini telah memberikan dampak yang signifikan pada berbagai sektor kehidupan, termasuk ekonomi dan perdagangan. Salah satu inovasi yang menonjol adalah munculnya e-commerce, yang telah merevolusi cara berbisnis dan bertransaksi. Yang dimana e-commerce, atau perdagangan elektronik merupakan sebuah konsep perdagangan yang memungkinkan transaksi jual beli produk dan jasa dilakukan secara daring melalui sebuah platform digital. Dengan meningkatnya akses internet dan penggunaan perangkat teknologi, e-commerce menjadi semakin penting sebagai alat untuk meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional [1]. Selain itu juga dalam era perkembangan digitalisasi saat ini, e-commerce telah menjadi salah satu pilar utama dalam membangun perkembangan ekonomi global. Yang dimana hal ini didukung oleh banyaknya penggunaan internet dan teknologi digital, hal ini tidak hanya merubah cara berkomunikasi, tetapi juga mempengaruhi bagaimana transaksi bisnis dilakukan. Selain itu juga e-commerce telah memberikan peluang besar bagi berbagai sektor, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Yang dimana di Indonesia, UMKM itu sendiri memegang peran penting dalam perekonomian hal ini bisa terjadi karena UMKM telah menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap tenaga kerja yang signifikan. Namun walaupun banyaknya pelaku UMKM di Indonesia terutama komunitas pengrajin, yang dimana komunitas pengrajin

tersebut masih sering menghadapi tantangan dalam memanfaatkan potensi e-commerce secara optimal [2].

Komunitas pengrajin di Indonesia dikenal memiliki keahlian serta kreativitas yang tinggi dalam menghasilkan produk – produk yang berkualitas. Yang dimana produk – produk kerajinan tangan ini tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga mengandung nilai budaya dan tradisi yang kaya. Meskipun demikian, banyaknya pengrajin yang belum mampu memasarkan produknya secara luas dan efektif. Hal ini menjadi hambatan tersendiri bagi komunitas pengrajin yang ada di Indonesia, yang dimana hambatan tersebut meliputi seperti keterbatasan akses teknologi, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, dan minimnya keterampilan dalam mengelola sebuah platform e-commerce menjadi penghalang utama bagi para pengrajin untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu Indonesia, sebagai negara dengan populasi besar dan pertumbuhan ekonomi yang pesat, melihat peluang besar dalam sektor e-commerce [3]. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun, menciptakan basis konsumen potensial yang besar untuk perdagangan elektronik. Selain itu, pemerintah Indonesia telah memberikan dukungan kuat untuk pengembangan ekonomi digital, termasuk e-commerce, melalui berbagai kebijakan dan inisiatif yang strategis. Namun walaupun begitu tidak semua kelompok masyarakat memiliki akses dan kemampuan yang sama dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh e-commerce. Salah satu kelompok yang seringkali terpinggirkan adalah komunitas pengrajin. Pengrajin, terutama yang berada di daerah pedesaan, sering menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usaha mereka, mulai dari keterbatasan akses pasar, keterbatasan modal, hingga kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital. Oleh karena itu, pelatihan e-commerce bagi komunitas pengrajin menjadi sangat penting untuk membantu mereka mengatasi kendala-kendala tersebut dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Selain itu pelatihan e-commerce menjadi solusi strategis untuk menjawab tantangan tersebut [4].

Pelatihan terdahulu yang telah dilakukan oleh Jeperson Hutahaean, dengan judul penelitian terdahulu tersebut yaitu “Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Kokedama (Pelatihan Daring) Bagi Kumpulan Marga Rajagukguk Se-Kisaran Kabupaten Asahan”. Yang dimana pada penelitian tersebut bertujuan untuk meningkatkan pendapatan anggota Kumpulan Marga Rajagukguk se-Kisaran, Kabupaten Asahan, melalui bisnis Kokedama. Selain itu bisnis Kokedama adalah merupakan sebuah bisnis seni menanam tanaman hias dalam bola lumut, yang dimana bisnis tersebut pula memiliki potensi ekonomi yang signifikan. Selain itu melalui pelatihan ini diharapkan dapat mencakup berbagai aspek penting seperti pembuatan Kokedama, strategi pemasaran online, penggunaan platform e-commerce, dan pengelolaan bisnis secara digital. Dan juga melalui pelatihan ini, para peserta diharapkan mampu memahami teknik pembuatan Kokedama yang berkualitas, memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk secara lebih luas, dan meningkatkan keterampilan dalam manajemen bisnis online. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam bidang e-commerce, serta adanya pertumbuhan pendapatan dari penjualan Kokedama secara online. Selain itu melalui penelitian kali ini juga menyoroti pentingnya pelatihan e-commerce dalam memberdayakan komunitas lokal dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital yang ada saat ini [5].

Pelatihan ini tidak hanya fokus pada aspek teknis seperti cara menggunakan platform e-commerce, tetapi juga mencakup strategi pemasaran digital, manajemen inventaris, pengelolaan keuangan, serta pengembangan konten kreatif untuk menarik pelanggan. Dengan demikian, para pengrajin dapat lebih siap dan percaya diri dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh e-commerce. Dan selain itu juga pelatihan e-commerce untuk komunitas pengrajin bukan hanya memberikan pengetahuan teknis tentang cara memanfaatkan platform digital untuk penjualan, tetapi juga mengajarkan strategi pemasaran, manajemen bisnis, dan pengembangan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Dengan mengikuti pelatihan ini, pengrajin dapat mempelajari cara membuat toko online dan mengelola toko online tersebut seperti mempromosikan produk melalui media sosial, serta memahami dinamika pasar dan preferensi konsumen. Selain itu juga Pelatihan e-commerce untuk komunitas pengrajin diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat [6]. Pertama, pelatihan ini dapat membantu pengrajin memahami konsep dasar e-commerce dan cara memanfaatkannya untuk meningkatkan penjualan. Kedua, melalui pelatihan ini, pengrajin dapat belajar bagaimana membuat dan mengelola toko online, termasuk dalam hal penataan produk, pengelolaan inventaris, dan proses transaksi. Ketiga, pelatihan ini juga mencakup strategi pemasaran digital, seperti

penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan iklan berbayar, yang dapat membantu meningkatkan visibilitas produk di pasar digital. Terakhir, pelatihan ini juga memberikan pengetahuan tentang manajemen logistik dan distribusi, yang merupakan aspek penting dalam e-commerce. Dan program pelatihan e-commerce yang dirancang khusus untuk komunitas pengrajin memiliki beberapa tujuan utama. Pertama, meningkatkan literasi digital di kalangan pengrajin sehingga mereka lebih familiar dengan teknologi dan platform digital. Kedua, membantu pengrajin mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar digital. Ketiga, membekali pengrajin dengan keterampilan praktis dalam manajemen bisnis berbasis e-commerce, sehingga mereka dapat mengelola operasional bisnis dengan lebih efisien. Keempat, mendorong pengrajin untuk berinovasi dalam menciptakan dan menyajikan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Selain itu, pelatihan ini juga dapat membuka peluang bagi pengrajin untuk berkolaborasi dan membangun jaringan dengan pengrajin lain, yang dapat meningkatkan daya saing dan diversifikasi produk mereka. Melalui jaringan ini, pengrajin dapat berbagi pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi mereka [7].

Namun walaupun demikian pelaksanaan pelatihan e-commerce juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah masalah infrastruktur teknologi, terutama di daerah-daerah terpencil yang belum sepenuhnya terjangkau oleh jaringan internet. Selain itu, adaptasi terhadap teknologi baru dan perubahan pola pikir juga menjadi tantangan tersendiri bagi para pengrajin. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan dalam merancang dan melaksanakan pelatihan e-commerce, sehingga dapat memberikan dampak yang optimal bagi komunitas pengrajin. Maka berdasarkan penjelasan yang ada maka dalam penelitian kali ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan e-commerce yang diberikan kepada komunitas pengrajin di Indonesia. Fokus utama penelitian adalah untuk mengidentifikasi perubahan dalam pengetahuan, keterampilan, dan sikap pengrajin terhadap penggunaan teknologi digital dalam bisnis mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan mengukur dampak ekonomi dari pelatihan tersebut, baik dalam hal peningkatan pendapatan maupun perluasan pasar. Selain itu juga pelatihan e-commerce bagi komunitas pengrajin bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas individu pengrajin, tetapi juga memiliki potensi untuk menggerakkan perekonomian lokal secara keseluruhan. Dengan memberdayakan pengrajin melalui teknologi digital, diharapkan akan tercipta ekosistem bisnis yang lebih dinamis dan berkelanjutan. Melalui akses yang lebih luas ke pasar nasional dan internasional, produk-produk kerajinan lokal dapat dikenal lebih luas, meningkatkan apresiasi dan permintaan terhadap produk-produk budaya Indonesia [8]. Dan dalam penelitian kali ini juga akan mengkaji mengenai berbagai faktor – faktor yang mempengaruhi keberhasilan pelatihan e-commerce, termasuk tingkat pendidikan peserta pelatihan, dukungan komunitas, akses terhadap teknologi, dan keberadaan infrastruktur penunjang [8].

2. KERANGKA TEORI

Dalam mengkaji lebih mendalam mengenai penerapan serta efektivitas pelatihan e-commerce bagi komunitas pengrajin, kerangka teori yang kokoh menjadi landasan yang sangat penting. Karena dengan memahami peran strategis e-commerce dalam transformasi digital dan potensinya untuk meningkatkan keterampilan serta akses pasar bagi para pengrajin, maka terlebih kita harus dapat mengidentifikasi faktor – faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan dari penerapan pelatihan ini. Melalui kerangka teori yang komprehensif, penelitian kali ini akan mengeksplorasi bagaimanakah pelatihan e-commerce dapat membentuk landasan yang kuat bagi kemajuan ekonomi dan sosial komunitas pengrajin di era digitalisasi saat ini [9].

2.1 E-Commerce dan Transformasi Digital

E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan fenomena yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Secara konseptual, e-commerce memungkinkan transaksi jual-beli barang dan jasa dilakukan secara elektronik melalui internet atau platform digital lainnya. Dalam konteks komunitas pengrajin, e-commerce memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar secara global tanpa terbatas oleh batasan geografis. Pelatihan e-commerce bagi pengrajin tidak hanya tentang pemanfaatan teknologi, tetapi juga tentang adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke transaksi online [10].

2.2 Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Akses Pasar

Salah satu manfaat utama dari e-commerce bagi komunitas pengrajin adalah meningkatkan akses mereka ke pasar yang lebih luas. Penggunaan platform e-commerce memungkinkan pengrajin, terutama yang berlokasi di daerah terpencil atau pedesaan, untuk menjangkau konsumen di berbagai belahan dunia tanpa perlu memiliki toko fisik yang mahal. Ini membuka peluang untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi ketergantungan pada pasar lokal yang terbatas [11].

2.3 Peluang untuk Meningkatkan Keterampilan Digital

Pelatihan e-commerce tidak hanya memperkenalkan konsep dasar tentang bagaimana berjualan secara online, tetapi juga memberikan kesempatan kepada pengrajin untuk mengembangkan keterampilan digital yang lebih luas. Hal ini termasuk pembuatan dan pengelolaan toko online, pemasaran digital, manajemen inventori elektronik, dan analisis data untuk mengambil keputusan berbasis informasi. Dengan meningkatkan keterampilan digital ini, pengrajin dapat lebih mandiri dalam mengelola bisnis mereka dan lebih adaptif terhadap perubahan teknologi [12].

2.4 Dampak Sosial dan Ekonomi

Secara sosial, pelatihan e-commerce juga dapat meningkatkan harga diri dan kepercayaan diri pengrajin karena mereka mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Dari segi ekonomi, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan individu dan kesejahteraan ekonomi komunitas. Melalui e-commerce, pengrajin dapat menetapkan harga yang lebih adil untuk produk-produk mereka dan menghilangkan perantara yang sering kali memanfaatkan situasi yang tidak menguntungkan [2].

2.5 Pengertian Dari E – Commerce

Pada dasarnya pengertian dari E-commerce atau yang biasa dikenal sebagai perdagangan elektronik, adalah merupakan aktivitas jual beli barang ataupun jasa melalui jaringan internet. Yang dimana E-commerce ini memungkinkan pihak individu maupun perusahaan untuk melakukan transaksi bisnis tanpa dibatasi oleh ruang lingkup geografis, waktu, ataupun jarak. Dalam e-commerce, pihak penjual dapat memasarkan produk ataupun jasa yang dimiliki melalui platform Online seperti situs web ataupun aplikasi, yang dimana hal ini dapat memudahkan pihak konsumen untuk mencari, memilih, dan membeli produk yang diinginkan tersebut. Selain itu juga dengan adanya dukungan dari perkembangan teknologi informasi dan perkembangan teknologi komunikasi telah mendorong pertumbuhan e-commerce secara signifikan. Yang dimana dengan e-commerce saat ini, maka proses pembelian menjadi lebih efisien karena pihak konsumen tidak perlu lagi mengunjungi toko fisik. Selain itu juga dengan adanya e-commerce ini pula dapat menawarkan berbagai metode pembayaran elektronik yang aman dan cepat, seperti transfer bank, kartu kredit, dan dompet digital [13].

3. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan E-Commerce untuk Komunitas Pengrajin dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan berjalan efektif. Tahapan pertama adalah identifikasi kebutuhan peserta, yang dilakukan melalui survei singkat guna mengetahui tingkat pemahaman awal pengrajin terhadap teknologi digital dan e-commerce. Hasil survei ini menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan peserta.

Tahap berikutnya adalah penyusunan modul pelatihan yang mencakup materi dasar hingga lanjutan, seperti pengenalan e-commerce, pembuatan akun toko online, pengelolaan produk digital, strategi pemasaran online, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Materi disampaikan dalam bentuk teori dan praktik secara langsung agar peserta dapat memahami serta menerapkannya secara nyata.

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dan/atau daring dalam beberapa sesi. Setiap sesi melibatkan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, serta praktik langsung menggunakan perangkat digital. Peserta dibimbing untuk membuat dan mengelola toko online secara mandiri dengan bimbingan dari fasilitator atau narasumber yang berpengalaman di bidang e-commerce.

Untuk memastikan efektivitas pelatihan, dilakukan juga evaluasi di akhir kegiatan melalui pre-test dan post-test guna mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Selain itu, peserta diminta untuk membuat proyek akhir berupa toko online yang dapat langsung digunakan sebagai sarana pemasaran produk kerajinan mereka. Melalui metode ini, pelatihan diharapkan dapat meningkatkan kemampuan komunitas pengrajin dalam memanfaatkan e-commerce sebagai strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan di era digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan e-commerce yang diselenggarakan bagi komunitas pengrajin bertujuan untuk memberdayakan para pengrajin melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital. Maka pada bagian ini kami selaku peneliti akan memaparkan hasil dari pelatihan yang meliputi seperti peningkatan kompetensi peserta, implementasi praktis dari materi pelatihan, serta dampaknya terhadap penjualan dan jangkauan pasar. Selanjutnya ialah bagian pembahasan yang dimana pada bagian ini akan dilakukan untuk menguraikan efektivitas metode pelatihan, tantangan yang dihadapi peserta, serta rekomendasi untuk pengembangan program pelatihan di masa yang akan mendatang. Dengan analisis yang komprehensif, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai manfaat serta tantangan dari pelatihan e-commerce dalam konteks pemberdayaan komunitas pengrajin [9], [19]. Dan berikut adalah penjabaran serta penjelasannya melalui tabel dibawah ini :

Tabel 1. Konsep Tabel Pelatihan E-Commerce untuk Komunitas Pengrajin

No	Komponen Pelatihan	Deskripsi	Tujuan	Metode	Indikator Keberhasilan
1	Pengenalan E-Commerce	Pengenalan dasar tentang e-commerce dan manfaatnya bagi pengrajin	Memahami konsep dasar dan manfaat e-commerce	Ceramah, diskusi	Peningkatan pemahaman peserta
2	Pembuatan Toko Online	Langkah-langkah membuat dan mengelola toko online di platform e-commerce	Menguasai teknis pembuatan toko online	Praktik langsung, tutorial	Jumlah toko online yang dibuat
3	Strategi Pemasaran Digital	Teknik pemasaran digital seperti SEO, SEM, dan media sosial	Meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk online	Simulasi, studi kasus	Peningkatan traffic dan penjualan di toko online
4	Manajemen Inventori dan Logistik	Cara mengelola inventori dan sistem logistik yang efisien	Meminimalkan biaya dan waktu pengiriman	Workshop, praktek	Efisiensi pengelolaan inventori dan logistik
5	Fotografi Produk	Teknik dasar fotografi produk untuk meningkatkan daya tarik visual	Menghasilkan foto produk yang menarik dan profesional	Praktik langsung	Kualitas foto produk yang dihasilkan
6	Penulisan Deskripsi Produk	Teknik menulis deskripsi produk yang menarik dan informatif	Menarik minat dan kepercayaan konsumen	Latihan, evaluasi	Kualitas deskripsi produk
7	Pelayanan Pelanggan	Cara memberikan pelayanan pelanggan yang	Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan	Role-play, simulasi	Tingkat kepuasan pelanggan

		baik melalui platform online			
8	Analisis Data dan Pelaporan	Penggunaan alat analisis data untuk memahami performa toko dan tren pasar	Mengambil keputusan berbasis data	Pelatihan software	Peningkatan penggunaan analisis data dalam pengambilan keputusan
9	Keamanan dan Etika Bisnis	Pengenalan tentang keamanan transaksi dan etika bisnis dalam e-commerce	Menjamin keamanan transaksi dan menjaga integritas bisnis	Diskusi, studi kasus	Kepatuhan terhadap standar keamanan dan etika bisnis
10	Evaluasi dan Pendampingan	Evaluasi hasil pelatihan dan pendampingan lanjutan bagi peserta	Menjamin penerapan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh	Monitoring, mentoring	Tingkat penerapan dan keberlanjutan bisnis online

Sumber : [9], [19]

Tabel diatas ini mencakup berbagai komponen penting dalam pelatihan e-commerce yang dirancang untuk memberdayakan komunitas pengrajin, dengan fokus pada aplikasi praktis dan dukungan yang berkelanjutan. setiap komponen pelatihan memiliki tujuan spesifik yang diukur melalui indikator keberhasilan yang jelas, memastikan bahwa pelatihan dapat memberikan dampak nyata bagi para peserta yang ikut serta dalam pelatihan tersebut. Selain penjelasan melalui tabel diatas maka kami selaku peneliti akan lebih menjelaskan lagi mengenai hasil dan pembahasan dari pelatihan e-commerce untuk komunitas pengrajin Tujuan utama dari pelatihan ini ialah untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan anggota komunitas dalam memanfaatkan teknologi e-commerce guna memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan produk kerajinan mereka. Untuk hasil yang diperoleh dari program pelatihan ini mencakup peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, peningkatan kepercayaan diri, serta dampak nyata pada penjualan dan jangkauan pasar. Selain itu, tantangan yang dihadapi selama pelatihan juga diidentifikasi untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai efektivitas program pelatihan ini. Untuk temuan – temuan dalam pelatihan ini dapat memberikan wawasan yang berharga mengenai potensi e-commerce sebagai alat pemberdayaan ekonomi bagi komunitas pengrajin. Selain penjelasan diatas maka disini kami selaku peneliti akan menjabarkan dengan lebih rinci mengenai penjelasan pada bagian hasil ini.

4.1 Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Pelatihan e-commerce yang diadakan untuk komunitas pengrajin menunjukkan hasil yang signifikan dalam hal peningkatan pengetahuan dan keterampilan. Melalui pre dan post-assessment, terlihat bahwa pemahaman peserta tentang konsep dasar e-commerce meningkat secara drastis. Mereka lebih mampu memahami bagaimana membuat dan mengelola toko online, termasuk pengelolaan inventaris, pemrosesan pembayaran, dan penggunaan platform e-commerce populer.

4.2 Peningkatan Kepercayaan Diri

Pelatihan ini juga berhasil meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam mengadopsi teknologi digital. Sebelum pelatihan, banyak peserta yang merasa ragu dan tidak yakin dengan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi baru. Namun, setelah menerima pelatihan intensif, mereka menunjukkan peningkatan kesiapan untuk menggunakan teknologi e-commerce. Kepercayaan diri ini tercermin dari kemampuan mereka dalam mengelola toko online secara mandiri, tanpa perlu bantuan eksternal yang berkelanjutan.

4.3 Implementasi Praktis di Lapangan

Hasil yang nyata dari pelatihan ini adalah kemampuan peserta dalam menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh secara praktis di lapangan. Beberapa peserta berhasil membuat dan meluncurkan toko online mereka sendiri selama masa pelatihan. Selain itu, mereka mulai menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, seperti penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk mereka dan memanfaatkan iklan online untuk meningkatkan visibilitas.

4.4 Peningkatan Penjualan dan Jangkauan Pasar

Pelatihan ini berdampak langsung pada peningkatan penjualan dan perluasan jangkauan pasar komunitas pengrajin. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mengalami peningkatan jumlah transaksi dan volume penjualan melalui platform e-commerce. Mereka juga berhasil menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar nasional dan internasional, yang sebelumnya sulit dicapai tanpa dukungan teknologi digital.

4.5 Tantangan dan Hambatan

Meskipun banyak pencapaian positif, peserta juga menghadapi beberapa tantangan dan hambatan. Salah satu kendala utama adalah infrastruktur teknologi, seperti konektivitas internet yang kurang stabil di beberapa daerah. Selain itu, adopsi teknologi baru masih menjadi tantangan bagi beberapa peserta yang kurang familiar dengan penggunaan perangkat digital. Hambatan ini menunjukkan bahwa masih ada kebutuhan untuk meningkatkan infrastruktur dan memberikan dukungan tambahan bagi peserta yang mengalami kesulitan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan E-Commerce bagi komunitas pengrajin merupakan inisiatif strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, khususnya bagi para pengrajin yang sering menghadapi kendala dalam memasarkan produk mereka. Berdasarkan hasil pelatihan yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta rasa percaya diri pengrajin dalam memanfaatkan platform e-commerce. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memperluas wawasan para peserta terkait konsep dan praktik e-commerce, termasuk cara membuat akun, mengelola toko online, dan menerapkan strategi pemasaran digital. Pengetahuan ini menjadi fondasi penting dalam membantu pengrajin memperluas jangkauan pasar mereka secara daring. Selain peningkatan pemahaman, keterampilan teknis para pengrajin juga mengalami kemajuan yang signifikan. Mereka mampu mengoperasikan toko online secara mandiri, menyusun deskripsi produk yang menarik, serta menggunakan fitur-fitur e-commerce untuk meningkatkan visibilitas produk. Pelatihan juga menekankan pentingnya kualitas layanan, seperti tanggapan cepat terhadap pelanggan dan pengemasan produk yang profesional. Tak kalah penting, pelatihan ini turut mendorong peningkatan kepercayaan diri pengrajin. Jika sebelumnya banyak dari mereka merasa enggan menggunakan platform digital karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, kini mereka merasa lebih siap dan optimis memasarkan produk secara online. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya pengrajin yang aktif menggunakan e-commerce dan mulai meraih penjualan melalui platform tersebut. Dampak positif lainnya adalah terbentuknya jaringan dan kolaborasi antar pengrajin. Mereka saling mendukung dan berbagi pengalaman, yang pada akhirnya memperkuat posisi komunitas dalam pasar digital. Dengan demikian, pelatihan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing pengrajin di era digital. Ke depannya, pelatihan serupa diharapkan dapat dilanjutkan dan diperluas jangkauannya agar lebih banyak pengrajin memperoleh manfaat dari kemajuan teknologi digital dalam mengembangkan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. E. Hutagalung, J. Hutahaean, and A. B. Sibuea, "Pelatihan Peluang Bisnis Aneka Kerajinan Tangan Berbasis Ecommerce Pada Panti KaryaHepata HKBP Laguboti," *J. Pengabd. Masy. Mitra Kreasi Cendekia*, vol. 1, no. 1, pp. 15–19, 2023.
- [2] S. E. Astar, "Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM," *J. Teknol. dan Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 229–238, 2021, doi:

- 10.37087/jtb.v3i2.93.
- [3] D. A. N. Promosi and M. Media, "PELATIHAN PENGGUNAAN E-COMMERCE Training on the Use of E-Commerce and Promotion Using," vol. 5, no. 1, pp. 167–174, 2023.
 - [4] P. Nurhayati, Ambariyani, A. Muslimin, I. Aziz Q, M. Diki Maulana, and V. Ismail, "Pendampingan Strategi Digital Marketing Menggunakan E-Commerce Shopee pada Komunitas PAC Fatayat NU Batanghari Lampung Timur," *I-Com Indones. Community J.*, vol. 2, no. 2, pp. 185–194, 2022, doi: 10.33379/icom.v2i2.1395.
 - [5] J. Hutahaean, N. Mulyani, and Z. Azhar, "Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Kokedama (Pelatihan Daring) Bagi Kumpulan Marga Rajagukguk Se-Kisaran Kabupaten Asahan," *JPM J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 41–45, 2020.
 - [6] N. R. Ismail and A. R. Wardhani, "Transfer Pengetahuan Melalui Pelatihan E-Commerce Dalam Pemberdayaan UKM Dewi-Dewi Di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang," *Reson. J. Ilm. Pengabdi. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 22–29, 2020, doi: 10.35906/resona.v4i1.401.
 - [7] A. Rozak, M. Minhajuddin, K. N. Bahri, and T. F. Amalia, "Pendampingan Pemasaran Produk Ekspor Melalui Aplikasi E-Commerce Pada Sentra Kaos Sablon Bandung," *Madaniya*, vol. 4, no. 4, pp. 1787–1794, 2023.
 - [8] J. Andriani, R. Hanny, C. D. Manik, R. B. Mangasa Tua, and A. Amirudin, "Pelatihan Manajemen Usaha Aspek Pemasaran Melalui E-Commerce Pada Anggota UMKM Catering Tangerang Selatan (UCTS)," *SINAR SANG SURYA J. Pus. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, p. 199, 2022, doi: 10.24127/sss.v6i1.1890.
 - [9] N. Nasution, F. B. Nasution, and M. A. Hasan, "Pelatihan Marketing Online dan Workshop E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran pada Kelompok Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru," *Din. J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 6, pp. 1591–1601, 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i6.7413.
 - [10] F. Ekonomika and U. Stikubank, "PELATIHAN E-COMMERCE," vol. 6, no. 1, pp. 12–20, 2022.
 - [11] E. Nursanty, D. Darmawan, and I. W. A. Widiantera, "Pelatihan E-commerce dan Pemulihan Ekonomi Nasional : Pengembangan Industri Kreatif Produk Unggulan Kota Tasikmalaya," vol. 2, no. 1, pp. 57–62, 2022.
 - [12] O. N. Kristanti, L. P. Sari, A. A. Saputra, B. Pratama, M. S. A. Pradana, and I. Teknologi, "Pemanfaatan E-Commerce pada UMKM Batik Cemangklek Desa Margosari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal," pp. 54–60, 2023.
 - [13] J. Hutahaean, N. Mulyani, Z. Azhar, A. Salsabila, and D. Ananda, "PERANAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN mengakses serta melakukan pesanan dari berbagai tempat . Dengan adanya suatu fasilitas akses internet hanya dengan menggunakan laptop / notebook," vol. 8, no. 1, pp. 1–2, 2024.
 - [14] N. Mei, R. A. R. F. Indriani, M. Marsinah, D. Hanadya, N. U. Auliana, and M. B. Purwanto, "Cakrawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Global Perjalanan Songket : Transformasi Menghidupkan UMKM di Kota Palembang Songket Journey : Transformation to Bring MSMEs to Life in Palembang City Politeknik Prasetiya Mandiri , Bogor , Indonesia PENDAHULUAN So," vol. 3, no. 2, 2024.
 - [15] M. Saputra, K. Fadila, and J. Triloka, "Membangun Jiwa Entrepreneurship pada Komunitas Dif_able melalui Pelatihan Kerajinan Sulam Maduaro Khas Lampung," *VIVABIO J. Pengabdi. Multidisiplin*, vol. 4, no. 2, pp. 55–62, 2022.
 - [16] R. Asra and S. Syuhada, "Program inovasi produk dan penjualan e-commerce bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) batik," vol. 7, no. 204, pp. 43–53, 2024, doi: 10.33474/jipemas.v7i1.21038.
 - [17] L. Y. Widyastuti, H. Maulana, E. Erik, K. A. Izzah, and Y. C. Azzahra, "Perluasan potensi pasar produk lokal dengan e-commerce pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)," *J. Pembelajaran Pemberdaya. Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 376–389, 2023, doi: 10.33474/jp2m.v4i2.20279.
 - [18] P. Suryani, Y. Prasetiyo, N. Nugraheni, A. Firman, A. Sriati Rachman, and M. Wahyu, "Peningkatan Pemasaran dan Packaging Telur Asin Pedas melalui E-Commerce di Pontang, Kabupaten Serang," *Soc. J. Pengabdi. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 200–207, 2024, doi: 10.37802/society.v4i2.576.
 - [19] M. H. Barri, A. Rizal, W. A. Cahyadi, I. Hidayat, B. A. Pramudita, and N. Prihatiningrum, "Pelatihan E-Commerce Bagi Warung Sedekah (Warkah) Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Rumah Tangga," *KACANEGARA J. Pengabdi. pada Masy.*, vol. 4, no. 1, p. 83, 2021, doi: 10.28989/kacanegara.v4i1.821.