
PELATIHAN PENGELOLAAN *E-COMMERCE* DI KOMUNITAS CIKEPO KOTA CIMAHI

Indri Pebriani¹, Shely Nur Fitriyani², Silmi Fakhрина³, Cucu Sukmana⁴
¹⁻⁴ Pendidikan Masyarakat, Universitas Pendidikan Indonesia

¹indripebriani21@upi.edu, ²shelynurfitriyani@upi.edu, ³fakhrinasilmi@upi.edu,
⁴cucusukmana@upi.edu

ABSTRACT

The presence of UMKM in the Indonesian economy has a large role and potential in the development of the country's economy and economic sectors. These UMKM are still not well known to the wider public, which affects the marketing of the products they produce, even though if you look at the quality of the products they produce, the quality is already very good. The aim of this e-commerce management training is to create e-commerce or e-commerce managers in the CIKEPO community. This implementation method includes the introduction of online shops or online shops, as well as independent training for online shop managers. The results of this research show that knowledge and understanding about e-commerce or e-commerce will increase in the CIKEPO community so that they can manage and update products in the CIKEPO community, so that community participation in managing e-commerce will increase.

Keywords: *Entrepreneurship, Planning, Programs, Training, E-Commerce*

ABSTRAK

Kehadiran UMKM dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam pembangunan perekonomian dan sektor perekonomian negara. UMKM ini masih belum dikenal masyarakat luas sehingga mempengaruhi pemasaran produk yang dihasilkannya, padahal jika dilihat dari kualitas produk yang dihasilkan sudah sangat baik kualitasnya. Tujuan dari pelatihan pengelolaan e-commerce ini adalah untuk menciptakan pengelola e-commerce atau e-commerce di komunitas CIKEPO. Metode pelaksanaan ini meliputi pengenalan toko online atau toko online, serta pelatihan mandiri pengelola toko online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang e-commerce atau e-commerce akan meningkat pada komunitas CIKEPO sehingga dapat mengelola dan mengupdate produk-produk yang ada di komunitas CIKEPO, sehingga partisipasi komunitas dalam pengelolaan e-commerce akan meningkat.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Perencanaan, Program, Pelatihan, E-Commerce

PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah suatu kegiatan individu atau kelompok yang membuka suatu perusahaan dalam produksi atau distribusi barang atau jasa ekonomi dengan tujuan memperoleh keuntungan, mempertahankan dan mengembangkan perusahaan (Rusdiana, 2018). Kewirausahaan memberikan kontribusi terhadap pembangunan di Indonesia, antara lain mengatasi kesulitan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan dan masyarakat, meningkatkan ketahanan nasional dan mengurangi ketergantungan pada luar negeri (Rusdiana, 2018). Kehadiran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam pengembangan perekonomian nasional dan sektor perekonomian. Salah satu tugas strategis UKM adalah berperan serta dalam memperlancar pembangunan ekonomi, mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan peluang usaha, serta menciptakan dan memperluas kesempatan kerja untuk menampung tenaga kerja yang besar. UMKM jenis ini belum dikenal di masyarakat luas sehingga mempengaruhi pemasaran produk yang dihasilkannya, padahal jika dilihat dari kualitas produk yang dihasilkan sudah memiliki kualitas yang sangat baik. Dan dalam perkembangan internet saat ini yang sangat pesat, hampir semua informasi sangat mudah didapat. Internet kini tidak hanya

digunakan sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi penting yang dibutuhkan dalam berbagai bidang, termasuk kehidupan bisnis.

Berdasarkan data Kompas.com, pertumbuhan industri E-Commerce di Indonesia pada tahun 2021 kian meningkat. Seiring dengan hal tersebut meningkat pula aspek konsumsi masyarakat pada platform digital. Masyarakat lebih banyak untuk berbelanja secara daring (online) daripada berbelanja secara langsung ke lokasi (offline). Menurut hasil laporan dari Navigating Indonesia's E-Commerce: Omnichannel as the Future of Retail sebanyak 74,5% konsumen masyarakat Indonesia lebih banyak untuk berbelanja online daripada berbelanja offline. Menurut Founder dan CEO Sirclo, Brian Marshal mengatakan bahwa masyarakat saat ini dinilai semakin bergantung dengan produk dan layanan yang dihadirkan melalui platform digital, termasuk perilaku konsumen yang semakin terdorong terhadap berbelanja secara online. Dengan kata lain, hal ini menunjukkan bahwa hampir semua pemenuhan kebutuhan pokok dan berbagai kegiatan lainnya di masyarakat dialihkan melalui layanan digital.

Electronic Commerce atau biasa dikenal dengan istilah E-Commerce merupakan salah satu penjualan atau pembelian barang/jasa yang dilakukan melalui jaringan computer dengan menggunakan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pemesanan. Saat ini E-Commerce atau belanja online telah menjadi kebiasaan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia karena dengan melalui E-Commerce memberikan kemudahan dan banyak masyarakat yang beranggapan bahwa belanja online menjadi salah satu sarana untuk mencari dan memenuhi kebutuhan barang/jasa yang diperlukan baik itu berupa makanan, fashion, rumah tangga dan sebagainya. Belanja online

Dalam jual beli barang/jasa dilakukan pada E-Commerce harus dilakukan secara online, tetapi dalam aspek pembayaran dan pengiriman barang tidak dilakukan secara online. Transaksi yang terjadi dalam E-Commerce dapat terjadi pada antar usaha, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi baik swasta maupun publik lainnya.

TUJUAN

Berdasarkan analisis kebutuhan, tujuan yang dilaksanakannya kegiatan program Pelatihan Pengelolaan e-commerce atau toko online di komunitas CIKEPO, sebagai berikut: (a) Untuk menciptakan pengelola e-commerce atau toko online di komunitas CIKEPO (b) Menumbuhkan kreativitas di dalam komunitas CIKEPO, (c) Memanfaatkan e-commerce atau toko online untuk memudahkan situs penjualan di dalam komunitas CIKEPO

MANFAAT

Pelatihan pengelolaan e-commerce ini memberikan manfaat dan solusi kepada komunitas CIKEPO sebagai mitra dalam kegiatan komunitas. Para pengurus komunitas CIKEPO melakukan kegiatan pemasaran tersebut secara efisien dan efektif melalui Toko Online Komunitas CIKEPO dan memanfaatkan seluruh media sosial lainnya. Tujuan dari kegiatan ini tentunya untuk mempromosikan komunitas CIKEPO Kota Cimahi sebagai peserta dalam penggunaan media transaksi antar pelaku usaha, rumah tangga dan lainnya melalui perdagangan elektronik.

TINJAUAN PUSTAKA

Perencanaan

Menurut Waterston (1965), perencanaan merupakan usaha sadar, terorganisasi dan terus menerus yang dilakukan guna memilih alternatif yang terbaik dari sejumlah alternatif untuk mencapai tujuan tertentu (Kustiwan, n.d.:2). Sedangkan menurut Friedman (1965), perencanaan adalah suatu cara berpikir mengenai masalah sosial dan ekonomi. Perencanaan berorientasi ke masa depan, sangat memikirkan hubungan antara tujuan dengan keputusan bersama dan mengusahakan kekomprehensifan di dalam kebijakan dan program. Sejalan

dengan pendapat ahli sebelumnya, M.J. Branch (1980) mendefinisikan perencanaan adalah proses aktivitas yang berkelanjutan dan merumuskan apa yang dapat dilakukan dan diinginkan untuk masa depan, serta bagaimana mencapainya. Kegiatan perencanaan pada hakikatnya juga merupakan upaya untuk menentukan pilihan dari sekian banyak alternatif yang tersedia, karena terkait dengan pengambilan keputusan.

Menurut Conyer dan Hill (1984), perencanaan adalah upaya menetapkan prioritas menurut sumber daya yang tersedia dan menetapkan tujuan jangka panjang (Setiadi, n.d.: 7). Kegiatan perencanaan sebenarnya mengandung unsur kreativitas dan keberanian menilai keadaan saat ini dan masa depan sekaligus. Namun kreativitas dan keberanian tidak bisa dilakukan begitu saja. Dalam hal ini, Friedmann (1987) mengingatkan pentingnya menggabungkan ilmu pengetahuan dan pengetahuan praktis dalam kegiatan perencanaan. Hal ini sesuai dengan pandangan Kelly dan Becker (2000) yang memandang perencanaan sebagai upaya rasional untuk mengantisipasi masa depan. (Setiadi, n.d.:7) Perencanaan mempunyai peranan penting dalam lingkup pendidikan karena menentukan dan juga mengarahkan tujuan yang ingin dicapai. Athoillah Anton (2017) perencanaan (planning) merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan usaha untuk membuat suatu program yang meliputi segala sesuatu yang akan dilaksanakan, menetapkan tujuan, kebijakan, pedoman pimpinan, prosedur dan metode untuk mencapai tujuan.

Perencanaan melibatkan pada bagaimana mendefinisikan tujuan organisasi, menetapkan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan, dan mengembangkan rencana untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan dalam pekerjaan (Munawar, 2014: 2). Ketika akan melaksanakan suatu program atau kegiatan, perencanaan merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Pentingnya perencanaan dalam suatu kegiatan/program yaitu:

1. Perencanaan memberikan arahan kepada para manajer dan non-manajer. Ketika karyawan tahu apa yang hendak dicapai organisasi mereka atau unit kerja dan apa yang harus dikontribusikan untuk mencapai tujuan, mereka dapat mengkoordinasikan kegiatan mereka, saling bekerja sama, dan melakukan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Tanpa perencanaan, departemen dan individu mungkin bekerja di lintas tujuan dan menghambat organisasi mencapai tujuannya secara efisien.
2. Perencanaan mengurangi ketidakpastian dengan memaksa manajer untuk melihat ke depan, mengantisipasi perubahan, mempertimbangkan dampak dari perubahan dan menciptakan tanggapan yang sesuai. Walaupun perencanaan tidak akan menghilangkan ketidakpastian, manajer melakukan perencanaan sehingga mereka dapat merespon secara efektif.
3. Perencanaan meminimalkan pemborosan dan pengulangan. Ketika aktivitas kerja dikoordinasikan di sekitar rencana, inefisiensi menjadi jelas dan dapat diperbaiki atau dihilangkan.
4. Perencanaan menetapkan tujuan atau standar yang digunakan dalam pengendalian/controlling. Ketika para manajer merencanakan, mereka menciptakan tujuan dan rencana. Ketika mereka mengendalikan, mereka melihat apakah rencana telah dilaksanakan dan l tujuan telah terpenuhi. Tanpa perencanaan, tidak akan ada tujuan untuk mengukur usaha kerja.

Dalam perencanaan memiliki unsur-unsur yang tak terpisahkan. Unsur-unsur dalam perencanaan terdiri dari:

1. Merencanakan berarti memilih; artinya, perencanaan merupakan proses memilih di antara berbagai kegiatan yang diinginkan, karena tidak semua yang diinginkan itu dapat dilakukan dan dicapai dalam waktu yang bersamaan. Hal itu menyiratkan pengertian bahwa hubungan antara perencanaan dan proses pengambilan keputusan sangat erat. Oleh karena itu, banyak buku mengenai perencanaan membahas pendekatan alternatif dalam proses

- pengambilan keputusan, terutama berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dan urutan tindakan di dalam proses pengambilan keputusan. (Kustiwan, n.d.:5)
2. Perencanaan merupakan alat pengalokasian sumber daya. Penggunaan istilah sumber daya menunjukkan segala sesuatu yang dianggap berguna dalam pencapaian suatu tujuan tertentu. Sumber daya mencakup sumber daya manusia; sumber daya alam (tanah, air, hasil tambang, dan sebagainya); sumber daya buatan. Perencanaan mencakup proses pengambilan keputusan tentang bagaimana sumber daya yang tersedia itu digunakan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, kuantitas dan kualitas sumber daya tersebut sangat berpengaruh dalam proses memilih di antara berbagai pilihan tindakan yang ada. (Kustiwan, n.d.:5)
 3. Perencanaan merupakan alat untuk mencapai tujuan. Konsep perencanaan sebagai alat pencapaian tujuan muncul berkenaan dengan sifat dan proses penetapan tujuan. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh seorang perencana adalah bahwa tujuan-tujuan mereka kurang dapat dirumuskan secara tepat. Sering kali tujuan-tujuan tersebut didefinisikan secara kurang tegas, karena kadang kala tujuan-tujuan tersebut ditetapkan oleh pihak lain. (Kustiwan, n.d.:5)
 4. Perencanaan mengacu ke masa depan. Salah satu unsur penting dalam perencanaan adalah unsur waktu. Tujuan perencanaan dirancang untuk dicapai pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, perencanaan berkaitan dengan antisipasi ke masa depan, bukan semata-mata menjawab persoalan-persoalan masa kini. (Kustiwan, n.d.:5)

Kewirausahaan

Secara umum, kewirausahaan merupakan suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru atau kreatif dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Kewirausahaan adalah kemampuan manajer resiko (Risk manager) dalam mengoptimalkan segala sumber daya yang ada, baik materi, intelektual, waktu dan kemampuan kreativitasnya untuk menghasilkan suatu produk atau usaha yang berguna bagi dirinya dan bagi orang lain (Firmansyah & Anita, 2019:3). Menurut Joko Untoro (2012) menyebutkan bahwa kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan upaya-upaya dalam memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang atas dasar kemampuan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Sedangkan menurut J. Leach Ronald Melicher (2009) dalam bukunya berjudul *Entrepreneurial Finance*, menyebutkan bahwa kewirausahaan merupakan *process of changing ideas into commercial opportunities and creating value* (Firmansyah & Anita, 2019:3). Artinya bahwa kewirausahaan adalah sebuah proses dalam merubah ide menjadi kesempatan komersial dan menciptakan nilai (harga).

Dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 4 Tahun 1995 tanggal 30 Juni 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan, bahwasanya: “Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produksi baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Pelatihan

Menurut Kaswan, pelatihan adalah proses meningkatkan pengetahuan, dan keterampilan karyawan (Haryati, 2019:92). Sedangkan menurut Gomes, pelatihan adalah setiap usaha untuk memperbaiki performansi pekerjaan pada suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggung jawabnya atau satu pekerjaan yang ada kaitannya dengan pekerjaannya (Haryati, 2019:92). Sementara itu, Dessier, pelatihan didefinisikan sebagai suatu proses mengajarkan

keterampilan yang dibutuhkan oleh pegawai baru untuk melakukan pekerjaannya (Junawan & Mora, 2018:345).

Bariqi (2018) menyebutkan terdapat beberapa tujuan dan manfaat dari pelatihan (Bariqi, 2018:66), yaitu:

1. Pelatihan dapat meningkatkan produktivitas (productivity) berupa pengetahuan, keterampilan dan perubahan tingkah laku.
2. Pelatihan dapat memperkecil kemungkinan terjadinya kesalahan dalam bekerja sehingga output yang dihasilkan tetap terjadi dan meningkat.
3. Pelatihan dapat membantu dalam perencanaan tenaga kerja (human resource planning) sehingga memudahkan pegawai untuk mengisi kekosongan jabatan pada suatu organisasi sehingga perencanaan pegawai dapat dilakukan dengan sebaik-baiknya.
4. Pelatihan akan membantu dalam meningkatkan prestasi kerja dari pegawai sehingga dapat menimbulkan peningkatan upah dan moral kerja pegawai untuk lebih bertanggungjawab terhadap tugasnya.
5. Pelatihan memberikan kompensasi tidak langsung (indirect compensation) dengan cara suatu perusahaan/lembaga memberikan kesempatan kepada pegawainya untuk mengikuti suatu pelatihan.
6. Pelatihan dapat membantu dalam mencegah dan mengurangi terjadinya kecelakaan kerja dalam suatu organisasi sehingga akan tercipta suasana kerja yang tenang, aman, dan adanya stabilitas pada sikap mental pegawai.
7. Pelatihan dapat memberikan kesempatan bagi pegawai untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki pegawai termasuk meningkatkan perkembangan pribadinya.

Dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) pelatihan merupakan salah satu tugas pokok dari suatu organisasi sebagai bagian dari kegiatan pengembangan manusia. Pelatihan yang dilakukan dalam suatu organisasi umumnya dirancang sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja pekerjaan suatu individu ataupun kelompok. Program-program yang dibuat dalam bentuk pelatihan biasanya melibatkan bagaimana upaya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pekerja, serta menanamkan motivasi yang lebih besar untuk meningkatkan kinerja pekerjaan (Rahadi dkk, 2023:2).

Program pelatihan dapat dibuat secara mandiri atau dengan sistem administrasi pembelajaran dengan tujuan pengembangan jangka panjang karyawannya. Praktik pelatihan umum meliputi orientasi, kuliah di kelas, studi kasus, permainan peran, simulasi dan pelatihan berbasis komputer, termasuk e-learning (Rahadi dkk, 2023:3). Namun disisi lain, pelatihan tidak hanya menjadi tanggung jawab dari suatu organisasi/perusahaan melainkan menjadi tanggung jawab secara pribadi. Hal ini dikarenakan pegawai dan organisasi/perusahaan memperoleh manfaat dari pelatihan. Manfaat suatu pelatihan dapat dilihat dari 3 aspek sisi yaitu untuk pegawai dan untuk organisasi; untuk organisasi; dan untuk hubungan sumberdaya manusia dalam intra dan antar grup (Junawan & Mora, 2018:345).

Di sebagian besar organisasi/perusahaan, kegiatan pelatihan dan pengembangan disediakan oleh pelatih, manajer, konsultan internal, dan pakar karyawan. Namun, seperti gambaran praktik pelatihan, aktivitas pelatihan dan pengembangan juga dialihdayakan. Outsourcing merupakan kegiatan pelatihan dan pengembangan disediakan oleh individu di luar perusahaan. Penyedia pelatihan di luar perusahaan meliputi perguruan tinggi dan universitas, akademi komunitas dan junior, lembaga teknis dan kejuruan, pemasok produk, konsultan dan perusahaan konsultan, serikat pekerja, organisasi perdagangan dan profesional, serta organisasi pemerintah. (Rahadi dkk,2023:4)

E-Commerce

E-commerce merupakan teknologi yang berbasis internet yang berfungsi untuk mempercepat proses manajemen dari suatu bisnis. E-commerce menjadi salah satu bentuk model baru dalam

kegiatan jual beli (perdagangan) yang didalamnya meliputi pembelian, penjualan, pertukaran barang atau jasa dengan melalui perangkat elektronik seperti komputer dan internet (Santoso, 2020:97). Menurut Maulana (2015), e-commerce diartikan sebagai sebuah proses membeli atau menjual produk secara elektronik yang dilakukan oleh konsumen kepada perusahaan atau konsumen kepada konsumen dengan menggunakan bantuan peralatan komputer dan internet (Santoso, 2020:97). Hal ini juga sejalan dengan pendapat Laudon & Laudon (1998), e-commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Prasty, n.d.).

E-commerce merupakan bagian dari e-business (electronic business) yang berhubungan dengan kegiatan jual-beli barang/jasa melalui Internet. E-commerce juga meliputi aktivitas yang mendukung kegiatan transaksi, seperti periklanan, pemasaran, dukungan konsumen, keamanan, pengiriman, dan pembayaran. E-commerce merubah semua kegiatan pemasaran yang bersifat offline menjadi online dan sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan perdagangan (Ayu & Lahmi, 2020:116).

Dalam segi perkembangannya, E-commerce dimulai sejak tahun 1995 di salah satu portal internet pertama bernama Netscape.com yang menerima iklan pertama dari perusahaan utama dan mempopulerkan bahwa web bisa digunakan sebagai media baru untuk iklan dan penjualan. Dari mempopulerkan web sebagai media iklan itulah yang menjadikan penjualannya meningkat dua hingga tiga kali lipat dari sebelumnya. Sejak didirikannya, e-commerce terus tumbuh hingga resesi tahun 2008-2009 dimana pertumbuhan perekonomian sangat lambat. Faktanya, e-commerce adalah satu-satunya bisnis ritel yang relatif stabil. Pada tahun 2012, e-commerce terus menanjak, dibuktikan dengan jumlah pembeli online meningkat sebesar 5% dan jumlah transaksi online meningkat 7% (Ayu & Lahmi, 2020:116).

Terdapat tiga kategori utama dari e-commerce, yaitu:

1. Business to Consumer (B2C) E-commerce. Business to consumer dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi e-commerce jenis ini terjadi layaknya jual-beli biasa yang melibatkan pengeceran produk dan jasa ke konsumen individu. Konsumen mendapatkan penawaran produk dan melakukan pembelian secara online. Contohnya adalah BarnesandNoble.com yang menjual buku, perangkat lunak, dan musik kepada konsumen individu. Di Indonesia ada Bhinneka.com, Berrybenka.com, dan Tiket.com. (Ayu & Lahmi, 2020:116)
2. Business to Business (B2B) E-Commerce. Bisnis e-commerce melibatkan penjualan barang dan jasa di antara bisnis-bisnis. Transaksi dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya e-commerce dilakukan dengan menggunakan EDI (Electronic Data Interchange) dan email dalam proses pembelian barang dan jasa. Contoh website e-commerce B2B adalah Bizzy dan Ralali. Bizzy menyediakan solusi bagi perusahaan yang memiliki masalah dalam hal pengadaan suplai dan jasa kebutuhan bisnis. Sementara Ralali menjual produk-produk MRO (Maintenance, Repair, and Operational) kepada perusahaan lain. (Ayu & Lahmi, 2020:116)
3. Consumer to Consumer (C2C) E-Commerce. Bisnis e-commerce C2C melibatkan konsumen yang menjual secara langsung kepada konsumen. Umumnya transaksi ini dilakukan secara online melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online atau marketplace untuk melakukan transaksi tersebut. E-commerce bentuk C2C ini menjadi perantara antara penjual dan pembeli. Contohnya adalah Bukalapak, Tokopedia, Shopee, OLX, dan sejenisnya. (Ayu & Lahmi, 2020:116)

Dalam menggunakan e-commerce terdapat beberapa keuntungan dan kelebihan yang dapat diterima. Keuntungan dari penggunaan e-commerce seperti yang dikemukakan oleh (Rehatalanit, 2021:67-68) yaitu:

1. Suatu organisasi/perusahaan dapat menjangkau seluruh konsumen di seluruh dunia.
2. Memberikan efisiensi tanpa adanya kesalahan dan tepat waktu.
3. Harga yang lebih murah dan belanja hanya cukup pada satu tempat.
4. Meningkatkan pendapatan dan loyalitas pelanggan.

Adapun kelebihan dari menggunakan e-commerce adalah:

1. Bersifat otomatis sehingga tidak terjadi proses secara manual
2. Terintegrasi dengan meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses.
3. Dalam segi publikasi, memberikan jasa promosi dan komunikasi antar produk atau jasa yang dipasarkan.
4. Terjadi proses interaksi dengan adanya pertukaran data/informasi antar berbagai pihak yang akan meminimalkan human error
5. Transaksi yang terjadi merupakan kesepakatan antara dua pihak untuk melakukan transaksi yang melibatkan institusi lain.

Dalam bidang UMKM, e-commerce digunakan untuk memfasilitasi pembiayaan, informasi produk, pembelian sarana dan prasarana, penjualan hasil UMKM, informasi mengenai harga input dan produk akhir, serta pemasaran dan distribusi produk UMKM (Nurjati, 2021:106).

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menggunakan metode deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif menggambarkan perilaku, pemikiran, atau perasaan suatu kelompok atau individu. Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan alat penelitian, seperti angket observasi dan formulir panduan wawancara, serta menarik kesimpulan dari informasi yang dikumpulkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, studi dokumen dan tinjauan pustaka. Tinjauan literatur adalah salah satu metode pengumpulan data sekunder yang paling populer. Cara ini hanya memerlukan beberapa perpustakaan untuk menunjang penelitian atau penelitian dengan mengumpulkan informasi dari buku, jurnal atau informasi yang dapat menambah pengetahuan dalam penulisan dan penelitian yang dilakukan. Menurut (Zes, 2008:3), metode studi sastra adalah serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data perpustakaan, membaca dan mencatat, serta pengolahan bahan penelitian. Sedangkan informasi dasar diperoleh melalui observasi, wawancara dan studi dokumen. Observasi adalah suatu metode operasional pengumpulan data melalui pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek-objek yang diamati secara langsung. Dalam metode ini penulis melakukan pengamatan secara cermat terhadap objek yang diamati kemudian mencatat peristiwa yang diamati secara akurat dan sistematis agar informasi yang diperoleh penulis tidak hilang dari pengamatannya. Wawancara adalah cara mengumpulkan informasi melalui pertanyaan langsung. Dalam wawancara ini komunikasi merupakan interaksi antara penulis sebagai penanya dengan responden yang diharapkan memberikan jawaban. Penulis mewawancarai pengurus komunitas CIKEPO dan anggota komunitas CIKEPO lainnya. Dokumentasi adalah alat bukti atau dokumen asli yang dapat digunakan sebagai alat bukti dalam suatu penyidikan bahkan dalam urusan hukum. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan komunitas CIKEPO di Kota Cimahi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Pengelolaan E-Commerce di Komunitas CIKEPO, Kota Cimahi adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu masyarakat tertentu dalam berbagai kegiatan yang dapat membantu mengembangkan bisnis UMKM di Komunitas CIKEPO, dan Menumbuhkan kreativitas serta Memanfaatkan E-Commerce atau toko online untuk memudahkan situs penjualan di dalam komunitas CIKEPO. Kegiatan Pelatihan Pengelolaan E-Commerce di komunitas CIKEPO merupakan upaya civitas akademika untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Kota Cimahi, termasuk memperluas wawasan, pengetahuan dan keterampilan sebagai perwujudan dharma bakti dan bentuk kepedulian untuk berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat luas khususnya bagi masyarakat yang kekurangan ekonomi. Secara umum Program Studi Pendidikan Masyarakat Universitas Pendidikan Indonesia mengembangkan program ini untuk memberikan kontribusi yang signifikan kepada masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Kota Cimahi.

1) Gambaran Umum Lokasi Komunitas CIKEPO, Kota Cimahi

Komunitas CIKEPO merupakan salah satu komunitas yang bergerak dalam bidang kewirausahaan. Komunitas CIKEPO terletak di Kampung Leuwi Gajah, Kecamatan Cimahi Selatan, Kota Cimahi, Jawa Barat 40532. Komunitas CIKEPO merupakan kumpulan dari beberapa masyarakat yang memiliki kepentingan yang sama yaitu dalam bidang kewirausahaan atau yang memiliki. Saat ini komunitas CIKEPO memiliki sekitar 75 anggota dengan jumlah pengurus sebanyak 8 orang. Rata-rata usia yang terdapat komunitas CIKEPO yaitu antara 25 - 65 tahun. Dari aspek tingkat pendidikan di Komunitas CIKEPO yaitu SMP, SMA, dan S1. Potensi yang dimiliki oleh komunitas CIKEPO sebagian besar berkaitan dengan aspek produksi karena anggota komunitas CIKEPO berakar dari UMKM. Dari segi pengurusnya memiliki potensi dalam aspek marketing, keuangan, perkoperasian dan sosial.

2) Kegiatan Pokok

Pelatihan pengelolaan e-commerce atau toko online terdiri dari beberapa kegiatan yaitu:

a. Pembuatan kalender untuk penjadwalan dalam mengunggah/mengupload produk.

Membuat kalender jadwal unggah produk bertujuan agar kita dapat secara konsisten mengunggah aktivitas bisnis/produk-produk yang diperjualbelikan agar dapat meningkatkan performa situs e-commerce atau toko online yang dimiliki. Penjadwalan unggah produk dapat disesuaikan masing-masing namun harus tetap menggunakan pola dan intensitas yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Tujuannya adalah untuk dapat meningkatkan performa e-commerce atau toko online dari sisi SEO (*Search Engine Optimization*).

b. Membuat deskripsi produk dengan jelas dan menarik.

Deskripsi pada suatu produk yang dijual perlu untuk diperhatikan, karena akan berdampak pada keputusan pelanggan dalam membeli suatu produk. Deskripsi produk yang dibuat harus dapat dibaca dan dipahami dengan jelas serta ditulis secara singkat. Dalam penulisan deskripsi produk ini juga perlu untuk memperhatikan istilah-istilah yang dianggap kurang familiar di masyarakat. Informasi yang tercantum pada deskripsi produk harus disesuaikan dengan kondisi asli dari produk yang akan

diperjualbelikan (tidak melebih-lebihkan kualitas/kondisi produk). Terakhir, dalam membuat deskripsi produk, dapat menggunakan teknik copywriting yang bertujuan untuk dapat menarik minat dari pelanggan.

c. Memperhatikan katalog produk dengan mempercantiknya menggunakan gambar.

Visualisasi suatu produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam membeli suatu produk. Berdasarkan hasil survey, sebagian besar pelanggan akan memutuskan membeli suatu produk berdasarkan pada foto/gambar yang dilihat. Oleh karena itu, foto/gambar suatu produk yang akan di posting pada katalog harus memiliki nilai plus/tambahan yang dapat menarik perhatian pelanggan.

d. Mengevaluasi performa SEO dengan menggunakan google analytics dan search console.

SEO merupakan teknik yang memungkinkan untuk mendatangkan kunjungan *e-commerce* atau *toko online* secara organik/alami. Pemantauan keberlangsungan *e-commerce* atau *toko online* dari sisi SEO, dapat menggunakan google analytics dan google search console. Fungsi dari penggunaan *google analytics* dan *google search console* adalah untuk merekam pergerakan data masuk dari komputer secara aktual dan realtime. *Google analytics* dan *google search console* mampu untuk memberikan berbagai informasi data pengguna, mulai dari halaman paling banyak dikunjungi, asal lokasi, kata kunci yang dicari, sampai lama waktu kunjungan pada *e-commerce* atau *toko online*.

e. Monitor Uptime Server

Uptime merupakan catatan tentang seberapa sering server mengalami *down*. Status *uptime* server memiliki skala antara 1-100%. Semakin tinggi angka/skor uptime server maka akan semakin baik pula performa server yang dimiliki. Untuk mengetahui skala *uptime server* yang dimiliki dapat menggunakan *Qwords.com*.

f. Pemantauan jumlah Backlink dan kata kunci negative

g. Cek keamanan transaksi pembayaran

Pengecekan alur sistem pembayaran yang diterapkan pada *e-commerce* perlu untuk dilakukan, tujuannya adalah untuk meminimalisir kegagalan ketika proses pembayaran dan menambah kredibilitas *e-commerce/toko online* yang dimiliki

3) Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan pengelolaan *e-commerce* pada komunitas CIKEPO diselenggarakan sebanyak 4 kali pada tanggal 1-4 Januari 2024. Kegiatan pelatihan pengelolaan ini dimulai pada pukul 09.00 – 12.00 WIB. Tempat pelaksanaan dari kegiatan pelatihan berlokasi di tempat Sekretaris Komunitas CIKEPO.

4) Susunan Panitia Penyelenggara

Penanggung Jawab : Prof. Dr. Uyu Wahyudin, M. Pd.
Dr. Cucu Sukmana, M. Pd.
Ketua Pelaksana : Silmi Fakhriana

Sekretaris : Indri Pebriani
Anggota : Shely Nur Fitriyani

5) Deskripsi Tahapan/Alur Kegiatan Yang Dilaksanakan

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan tahapan yang penting. Ketika akan menyelenggarakan suatu program, tahap perencanaan menjadi tahap pertama yang harus dilakukan. Tahap perencanaan berisi mengenai penentuan tujuan, sasaran, materi pembelajaran pelatihan yang akan diberikan, menentukan metode yang akan digunakan, penyediaan sarana dan prasarana, serta mempersiapkan dan menentukan tutor pembelajaran pelatihan.

- 1) **Tujuan Program pelatihan** “Pelatihan Pengelolaan E-Commerce Oleh-Oleh Bandung pada Komunitas CIKEPO, Kota Cimahi” bertujuan untuk:
 - a. Memberikan pengetahuan dan mengupgrade skill peserta pelatihan yaitu anggota dan pengurus Komunitas CIKEPO mengenai pengelolaan e-commerce.
 - b. Meningkatkan pemahaman anggota dan pengurus Komunitas CIKEPO mengenai manfaat mengelola e-commerce yang baik.
 - c. Mendorong anggota dan pengurus Komunitas CIKEPO dalam mengembangkan keterampilan praktis dalam mengelola e-commerce.
- 2) **Sasaran** dari program Pelatihan Pengelolaan E-Commerce di Komunitas CIKEPO, adalah anggota dan pengurus Komunitas CIKEPO.
- 3) **Pembuatan Materi/Modul** pelatihan dirancang disesuaikan dengan kebutuhan dan berasal dari beberapa referensi. Materi/modul pelatihan yang akan diberikan adalah berupa: Deskripsi E-Commerce Peluang dan keuntungan dari penggunaan e-commerce. Jenis-jenis e-commerce karakteristik e-commerce yang digunakan Pemahaman dan mengidentifikasi peluang pasar di e-commerce Cara/Teknik pengelolaan e-commerce Metode Pelatihan Metode pelatihan yang akan digunakan dalam kegiatan pelatihan direncanakan sebelum dilaksanakannya program pelatihan.
- 4) **Metode pelatihan** yang akan digunakan dalam pembelajaran pelatihan pengelolaan e-commerce adalah dengan menggunakan metode diskusi, tanya jawab dan praktik. Metode praktik yang akan digunakan dalam pelatihan ini ialah mengenai tata cara mengelola e-commerce secara langsung melalui marketplace online yang ada.
- 5) **Penyediaan Sarana dan Prasarana** yang akan digunakan dalam pelatihan adalah berupa perangkat elektronik seperti handphone, laptop maupun yang lainnya. Selain itu, beberapa produk yang akan diperjualbelikan di e-commerce.
- 6) **Menentukan Tutor Pembelajaran Pelatihan** ini dibutuhkan untuk melakukan pembelajaran pelatihan.

b. Pelaksanaan

1. Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Pelatihan Pengelolaan E-Commerce pada komunitas CIKEPO diselenggarakan sebanyak 4 kali pada tanggal 1-4 januari 2024. Kegiatan Pelatihan ini dimulai pada pukul 09.00 12.00 WIB. Tempat Pelaksanaan dari kegiatan pelatihan berlokasi di Sekretariat komunitas CIKEPO

2. Proses Pelaksanaan

Proses pelaksanaan dari kegiatan pelatihan adalah dilaksanakan dengan penyampaian materi pembelajaran berupa teori sebanyak 25% dan praktik sebanyak 75%. Materi pembelajaran berupa teori yang diberikan adalah berkaitan dengan e-commerce. Sedangkan materi pembelajaran praktik berupa bagaimana cara mengelola e-commerce. Pengelolaan e-commerce secara praktik mulai dari bagaimana membuat kalender penjadwalan dalam mengunggah/mengupload produk, membuat deskripsi produk yang jelas dan menarik dengan menggunakan copywriting yang baik, mempercantik/memperindah katalog produk dengan menggunakan gambar/foto yang menarik, menggunakan google analytics dan search console untuk mengevaluasi SEO (Search Engine Optimization), memonitoring uptime server, memantau jumlah Backlink dan kata kunci negatif, serta melakukan pengecekan keamanan pada sistem pembayaran.

c. Hasil/Output

Hasil akhir atau output dari pelatihan ini adalah agar peserta pelatihan (pengurus dan anggota Komunitas CIKEPO) mampu untuk mengetahui, memahami dan mengelola e-commerce dengan baik dan mengembangkannya menjadi lebih besar

6) Analisis Identifikasi Kebutuhan Program Pendidikan Masyarakat

Identifikasi kebutuhan merupakan salah satu kegiatan untuk mengumpulkan informasi yang digunakan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Identifikasi kebutuhan merupakan langkah awal ketika akan menyelenggarakan atau melaksanakan suatu program. Identifikasi kebutuhan yang dilakukan terdiri dari kegiatan observasi dan wawancara. Dalam kegiatan observasi dan wawancara ini, kami memberikan beberapa pertanyaan dan kuesioner. Hasil dari observasi dan wawancara ini dijabarkan dalam bentuk deskripsi. Kegiatan observasi dan wawancara melalui beberapa pertanyaan ini bertujuan untuk membantu dan memudahkan dalam memperoleh data informasi yang relevan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, kami dapat menyimpulkan bahwa saat ini yang dibutuhkan adalah mengenai pengelolaan e-commerce. Pengelolaan e-commerce dibutuhkan untuk dapat digunakan oleh seluruh anggota Komunitas CIKEPO dalam memperjualbelikan produk-produk UMKM nya. Oleh karena itu, pelatihan mengenai pengelolaan e-commerce sangat dibutuhkan oleh Komunitas CIKEPO.

7) Jurnal Kegiatan

Waktu	Kegiatan
11 November 2023 - 06 November 2023	Membuat, Menyusun, dan Merevisi kisi-kisi dan instrumen observasi dan wawancara sebelum melakukan kunjungan
Selasa, 07 November 2023	Menghubungi pihak komunitas CIKEPO untuk menjadwalkan waktu bertemu
Rabu, 08 November 2023	Bertemu dan mengkonfirmasi waktu/jadwal untuk melakukan observasi dan wawancara
Selasa, 05 Desember 2023	Melakukan observasi dan wawancara dengan pihak komunitas CIKEPO terkait dengan <i>need assessment</i> /analisis kebutuhan dalam bentuk observasi dan wawancara kepada ketua komunitas CIKEPO
06 Desember 2023 - 25 Desember 2023	Menyusun laporan kegiatan (TOR) dan membuat artikel sesuai dengan pedoman jurnal yang telah ditentukan

8) Biaya yang Diperlukan

No	Kebutuhan	Qty	Satuan	Harga
1	<i>Fee</i> Pemateri	1 orang	Rp 100.00,-	Rp. 300.000,-
2	<i>Snack</i> Pemateri	1 orang x 4 hari	Rp. 15.000,-	Rp. 60.000,-
3	<i>Snack</i> Peserta	75 orang x 4 hari	Rp. 8.000,-	Rp. 2.400.000,-
4	<i>Snack</i> Panitia	5 orang x 4 hari	Rp. 5.000,-	Rp. 100.000,-
5	Plakat Pemateri	1 buah	Rp. 50.000,-	Rp. 50.000,-
6	Sertifikat Pemateri dan Peserta	76 buah	Rp. 5.000,-	Rp. 380.00,-
7	Transportasi Pemateri	1 orang x 4 hari	Rp. 50.000,-	Rp. 200.000,-
8	Spanduk 3x1m	1 buah	Rp. 240.000,-	Rp. 240.000,-
TOTAL				Rp. 3.730.000,-

KESIMPULAN

Melalui pelaksanaan pelatihan pengelola e-commerce di komunitas CIKEPO, mereka memahami manajemen e-commerce dan cara membuat kalender jadwal upload/upload produk, membuat deskripsi produk yang mudah dipahami dan menarik perhatian audiens. menggunakan copywriting yang baik dan mendekorasi katalog produk dengan penggunaan gambar/foto yang menarik serta melakukan pemeriksaan keamanan pada sistem pembayaran. Penyelenggaraan pelatihan e-commerce merupakan salah satu bentuk pelatihan Kota Cimahi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitar. Pelatihan selesai dengan hasil yang baik. Peserta mencatat bahwa e-commerce adalah pendidikan yang menarik bagi UKM dan masyarakat lain yang terus berdagang dan membeli saat ini. Alasan mengapa konsep ini sangat penting untuk digunakan oleh UMKM adalah alasan sederhana yang sudah diketahui sejak lama, yaitu perubahan perilaku pengelola komunitas CIKEPO dan keterbatasan sumber daya. Dari sudut penulis, keterbatasan sumber daya membuat UMKM mencari cara baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan peserta pelatihan atau pengurus Komunitas CIKEPO dan pelatihan pengelolaan e-commerce ini merupakan suatu alternatif yang dapat digunakan pemasaran dalam melaksanakan aktivitas jual beli dengan memanfaatkan teknologi.

SARAN

Adapun saran dari penulis yaitu telah dilaksanakan pelatihan pengelolaan e-commerce ini untuk dapat ditindaklanjuti dari perlu adanya kegiatan pelatihan lanjutan yang lebih bersifat teknis, sehingga pemahaman dan penguasaan secara lebih menyeluruh dari kapasitas pengelolaan dan diharapkan juga dalam pelatihan seperti ini untuk lebih aktif lagi mencari informasi.

DAFTAR RUJUKAN

1. Ayu, S., & Ahmad, L. (2020). Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 9 (2) 2020: 114-123. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/jkmb>
2. Bariqi, M.D. (2018). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis (JSMB)*, JSMB Vol. 5 (2) 2018 hlm. 64-69. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
3. Camila, Alika, P. S. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dalam Pemasaran Produk Sebagai Bentuk Peningkatan Penjualan. *Journal of Indonesian Education University*.
4. Firmansyah, M. A., & Anita, R. (2019). Kewirausahaan: Dasar dan Konsep. *Research Gate*. <https://www.researchgate.net/publication/336146325>
5. Haryati, R. A. (2019). Analisis Pelaksanaan Program Pelatihan dan Pengembangan Karyawan: Studi Kasus Pada PT Visi Sukses Bersama Jakarta. *Jurnal Widya Cipta*, Volume 3 No. 1 Maret 2019. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
6. Hasibuan, A. N., Laksono, R., Ardiyanti, R., & Aprilia, H. (2022). Pelatihan E-Commerce Sebagai Upaya Pembekalan Keterampilan Wirausaha Dan Penguatan UMKM Bagi Masyarakat Jagakarsa, Jakarta. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 3(1), 61-69.

7. Juardi, D., Solehudin, A., Sulaeman, S., & Al Farizi, S. T. (2022). Pelatihan Pengelolaan Komoditas Kopi Sanggabuana Berbasis E-Commerce pada BUMDes Buana Mekar Karawang. *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16-26.
8. Jumawan., & Mora, M.T. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Korporasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol.3, No. 3 Oktober 2018: 343 - 352.* <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>
9. Kustiwan, I. (n.d.). Modul 1: Pengertian Dasar, Unsur-Unsur, dan Karakteristik Perencanaan, serta Lingkup Perencanaan Wilayah dan Kota. *PWKL 4201/MODUL 1*.
10. Munawar, F. (2014). Modul Manajemen: Dasar-Dasar Perencanaan.
11. Nurjati, E. (2021). Peran dan Tantangan E-Commerce Sebagai Media Akselerasi Manajemen Rantai Nilai Produk Pertanian. *Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi, Vol. 39 No. 2, December 2021: 105-115.* <http://dx.doi.org/10.21082/fae.v39n2.2021.105-123>
12. Pelipa, E. D., & Marganingsih, A. (2020). Pelatihan E-Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Sintang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 3(2), 94-105.
13. Pradana, R. A., Yustikasari, S. A. T., Aulia, F. P., Permana, J. D. B., Aprilia, F. Y., Putri, S. A., ... & Budi Witjaksono, G. S. (2022). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN UMKM BERBASIS E-COMMERCE DI KELURAHAN MOROKREMBANGAN. PATIKALA: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 303-309.
14. Prasetyo, D. Y., Yunita, F., Bindas, A., Abdullah, A., & Samsudin, S. (2022). Pelatihan dan Pembuatan Website E-Commerce Pada UMKM Mudoku Food Tembilahan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 626-637.
15. Prastya, A.P.R. (n.d.). Tugas Sistem Informasi Manajemen, E-Commerce : Pasar Digital dan Barang Digital. *Universitas Mercu Buana*.
16. Rahadi, D.R., Sepriadi, S., Putri, C.H., & Mifta, M.F. (2023). *Pelatihan dan Pengembangan Karyawan. Tasikmalaya: Lentara Ilmu Madani. [Online]*
17. Rehatalanit, V.I.R. (n.d.). Program E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Universitas Suryadarma*.
18. Santoso, R. (2020). Review Of Digital Marketing & Business Sustainability Of E-Commerce During Pandemic Covid-19 In Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan (JIET), Vol. 5 No. 2 (2020): 95-106.* 10.20473/jietv5i2.23614
19. Setiadi, H. (n.d.). Dasar-Dasar Teori Perencanaan. *PWKL4308/MODUL 1*.
20. Thamrin, K. M. H., Saputri, N. D. M., & Susetyo, D. (2020). Pelatihan Pengelolaan Website Pemerintah Desa Kotadaro II, Kabupaten Ogan Ilir. *Sri Commerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(2), 69-78.