

---

## Strategi Digital: Pendampingan *E-commerce* untuk Pebisnis Pemula di Yayasan Al Markazi Bengkulu

Ade Riska Nur Astari<sup>1\*</sup>, Ulya Rahmanita<sup>2</sup>, Arista Khairunnisa<sup>3</sup>, Riza Wahyu Roffi<sup>4</sup>, Mardian Suryani<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Nahdlatul Ulama (STIESNU) Bengkulu

Corresponding Author Email: [aderiskaastari@gmail.com](mailto:aderiskaastari@gmail.com)

Received: 21/11/2025, Accepted: 27/12/2025

---

### Abstrak

Program pendampingan *E-commerce* ini bertujuan untuk memberdayakan pebisnis pemula di Yayasan Al Markazi Bengkulu melalui pendampingan *e-commerce*, seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak, serta alat analitik seperti *Google Analytics* untuk memantau performa. Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 1-4 Juni 2025 dan diikuti oleh santri dan pengurus Yayasan Al-Markazi Bengkulu. Dengan pendekatan pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan, program ini berfokus pada peningkatan keterampilan digital, pemasaran online, dan manajemen toko online. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam penjualan (30%) dan trafik pengunjung toko online (50%) peserta. Artikel ini membahas metode pelaksanaan, hasil, tantangan, serta rekomendasi untuk program serupa di masa depan. Pengabdian ini diharapkan dapat (1) memberikan pebisnis pemula pemahaman yang mendalam tentang konsep dan teknik *e-commerce* serta keterampilan praktis untuk menggunakan platform *e-commerce* secara efektif; (2) membantu pebisnis pemula dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal dan nasional melalui pemanfaatan teknologi digital dan *e-commerce*; (3) mengajarkan peserta bagaimana merancang dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka, serta (4) memberikan dukungan berkelanjutan melalui mentoring dan evaluasi untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis peserta.

**Kata Kunci:** *E-commerce*, Kewirausahaan, Pemberdayaan Masyarakat Pebisnis Pemula, Strategi Digital

---

### Abstract

*This E-commerce mentoring program aims to empower novice business owners at the Al Markazi Bengkulu Foundation through e-commerce mentoring, such as Shopee, Tokopedia, and Bukalapak, as well as analytical tools such as Google Analytics to monitor performance. This training was held on June 1-4, 2025 and was attended by students and administrators of the Al-Markazi Bengkulu Foundation. With an intensive training approach and continuous mentoring, this program focuses on improving digital skills, online marketing, and online store management. The evaluation results showed a significant increase in sales (30%) and online store visitor traffic (50%) of participants. This article discusses the implementation method, results, challenges, and recommendations for similar programs in the future. This service is expected to (1) provide novice business owners with a deep understanding of e-commerce concepts and techniques as well as practical skills to use e-commerce platforms effectively; (2) assist novice business owners in increasing their competitiveness in local and national markets through the utilization of digital technology and e-commerce; (3) teaching participants how to design and implement effective digital marketing strategies to increase their product visibility and sales, and (4) providing ongoing support through mentoring and evaluation to ensure the sustainability and growth of participants' businesses.*

**Keywords:** *E-commerce, Entrepreneurship, Community Empowerment for Startup Businesses, Digital Strategy*

---

## 1. Pendahuluan

Menyambut era globalisasi dan digitalisasi yang semakin pesat, teknologi digital telah menjadi salah satu pilar utama dalam mengembangkan dan mengelola bisnis. Transformasi digital yang cepat memaksa banyak pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi guna tetap kompetitif di pasar. Salah satu aspek penting dari transformasi ini adalah penggunaan *e-commerce* sebagai saluran utama untuk mencapai dan melayani pelanggan. *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, merujuk pada proses pembelian, penjualan, dan pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui jaringan internet, termasuk platform seperti

marketplace online, situs web toko, dan aplikasi mobile. Konsep ini tidak hanya memungkinkan transaksi tanpa batas geografis dan waktu, tetapi juga menawarkan efisiensi biaya, akses ke data analitik *real-time*, serta integrasi dengan alat pemasaran digital seperti SEO dan media sosial. Dalam era digital saat ini, *e-commerce* telah merevolusi cara bisnis beroperasi, memungkinkan skala usaha kecil untuk bersaing dengan perusahaan besar melalui inovasi seperti pembayaran digital, logistik terintegrasi, dan personalisasi pengalaman pelanggan, sehingga menjadi kunci utama bagi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan [1].

Namun, banyak pebisnis pemula di Indonesia, termasuk yang berada di Kota Bengkulu, menghadapi tantangan besar dalam memanfaatkan potensi *e-commerce* secara optimal. Mereka sering kali tidak memiliki keterampilan teknis yang memadai atau pengetahuan tentang strategi digital yang efektif. Hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk memasarkan produk secara online, meningkatkan penjualan, dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif [2]. Pelatihan yang berfokus pada *e-commerce* dapat membantu pelaku usaha memahami cara memasarkan produk secara online dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk bersaing di pasar global [3]. Dengan demikian, mereka dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Yayasan Al-Markazi Bengkulu, sebagai lembaga yang berkomitmen untuk pemberdayaan ekonomi dan pengembangan kewirausahaan di wilayah tersebut, menyadari pentingnya dukungan yang sistematis bagi pebisnis pemula. Untuk itu, diperlukan sebuah pendekatan yang terstruktur dan komprehensif dalam pendampingan *e-commerce*. Program ini dirancang untuk membantu pebisnis pemula memahami dan mengimplementasikan strategi digital yang efektif, serta memanfaatkan platform *e-commerce* untuk mengembangkan bisnis mereka [4].

Program pendampingan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pemilihan dan penggunaan platform *e-commerce* yang tepat, pembuatan dan pengelolaan toko online, hingga strategi pemasaran digital dan analisis kinerja. Dengan adanya pendampingan yang holistik ini, diharapkan pebisnis pemula dapat mengatasi kendala yang ada dan memaksimalkan potensi *e-commerce* untuk pertumbuhan bisnis mereka [5]. Program ini juga akan menyediakan pelatihan praktis mengenai penggunaan aplikasi *e-commerce*, sehingga para peserta dapat langsung menerapkan ilmu yang didapat dalam pengelolaan bisnis mereka [6]. Dengan demikian, program ini diharapkan mampu memberdayakan para pelaku usaha untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam era digital yang terus berubah. Melalui pendekatan yang komprehensif dan pelatihan praktis, diharapkan para pebisnis pemula dapat meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan *e-commerce* secara efektif [7].

Program Strategi Digital: Pendampingan *E-commerce* untuk Pebisnis Pemula di Yayasan Al Markazi Bengkulu ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan praktis, keterampilan teknis, dan dukungan berkelanjutan kepada pebisnis pemula. Dengan demikian, mereka dapat mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing, dan pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat [8].

## **2. Metode Pengabdian**

### **2.1 Metode Pelaksanaan**

Metode pelaksanaan program ini menggabungkan pendekatan pelatihan terstruktur dan dukungan praktis untuk memaksimalkan manfaat bagi pebisnis pemula. Pertama, program dimulai dengan **penilaian kebutuhan** untuk memahami tantangan dan kebutuhan spesifik dari setiap peserta. Penilaian ini dilakukan melalui wawancara dan survei awal, yang membantu dalam merancang materi pelatihan yang relevan. Setelah penilaian, peserta akan mengikuti **sesi pelatihan intensif** yang mencakup dasar-dasar *e-commerce*, pembuatan dan pengelolaan toko online, serta strategi pemasaran digital. Pelatihan ini dilakukan dalam bentuk workshop interaktif, memungkinkan peserta untuk langsung mempraktikkan keterampilan yang diajarkan.

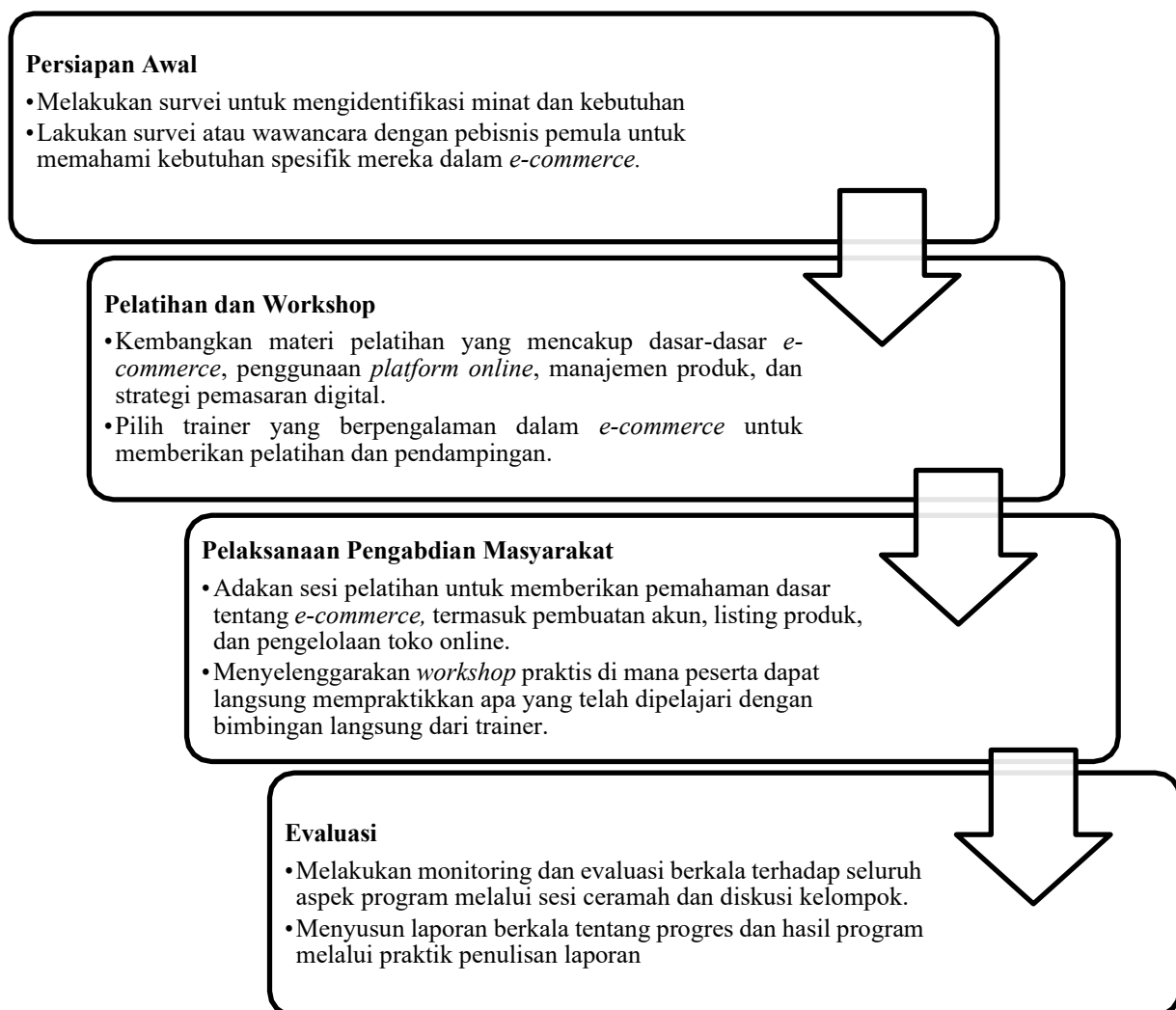
Selanjutnya, **pendampingan individual** akan diberikan untuk memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan bimbingan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Sesi konsultasi ini melibatkan mentor berpengalaman yang akan membantu peserta dalam

menerapkan strategi *e-commerce* dalam konteks bisnis mereka dan mengatasi masalah yang mungkin timbul. **Mentoring berkelanjutan** juga akan dilakukan untuk memberikan dukungan tambahan dan evaluasi berkala terhadap kemajuan peserta.

Program ini juga akan memanfaatkan **teknologi dan alat digital** dengan menyediakan akses ke laboratorium digital dan sumber daya online. Hal ini memungkinkan peserta untuk bereksperimen dengan teknologi terbaru dan mengakses berbagai alat yang diperlukan untuk pengelolaan *e-commerce*. Selain itu, peserta akan diundang untuk bergabung dalam **acara networking** dan kegiatan komunitas, yang akan memfasilitasi koneksi dengan pebisnis lain dan memperluas jaringan mereka.

Evaluasi program dilakukan secara rutin dengan **penilaian hasil** yang mencakup umpan balik dari peserta mengenai efektivitas pelatihan dan dampaknya terhadap bisnis mereka. Data ini akan digunakan untuk menilai pencapaian tujuan program, serta untuk membuat penyesuaian yang diperlukan agar program dapat terus memberikan manfaat maksimal.

## 2.2 Langkah-langkah Pelaksanaan



Bagan 1. Tahapan pelaksanaan pendampingan *e-commerce*

### **2.3 Waktu dan Lokasi Pelaksanaan**

Pelaksanaan pelatihan *E-commerce* ini dilakukan pada tanggal 1 – 4 Juli 2025. Selama 4 hari tersebut, peserta diberikan materi dasar-dasar *e-commerce*, pembuatan dan pengelolaan toko online, serta strategi pemasaran digital berupa (1) pemahaman yang mendalam tentang konsep dan teknik *e-commerce* serta keterampilan praktis untuk menggunakan platform *e-commerce* secara efektif; (2) peserta dibantu dalam memilih dan memanfaatkan platform *e-commerce* yang tepat untuk kebutuhan bisnis mereka; (3) peserta diajarkan bagaimana merancang dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka; (4) peserta sebagai pebisnis pemula dibantu untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal dan nasional melalui pemanfaatan teknologi digital dan *e-commerce*; serta (5) memberikan dukungan berkelanjutan melalui mentoring dan evaluasi untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis peserta. Sedangkan, lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan di kantor Yayasan Al- Markazi Kota Bengkulu.

### **3. Hasil Dan Pembahasan**

Program pendampingan *e-commerce* yang dilaksanakan oleh Yayasan Al Markazi Bengkulu telah menghasilkan pencapaian yang cukup menggembirakan dalam hal peningkatan performa usaha para peserta. Sebanyak 20 wirausahawan pemula yang ikut serta dalam inisiatif ini mengalami kemajuan nyata, di mana penjualan melalui kanal online mereka melonjak hingga 30 persen hanya dalam rentang waktu tiga bulan pasca-program. Tidak hanya itu, lalu lintas kunjungan ke toko virtual milik peserta juga bertambah sekitar 50 persen, yang sebagian besar disebabkan oleh implementasi teknik optimasi mesin pencari (SEO) serta kampanye promosi melalui platform media sosial sesuai dengan arahan yang diberikan. Hasil penilaian lebih lanjut mengungkapkan bahwa sebagian besar peserta kini memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai mekanisme *e-commerce* serta taktik pemasaran berbasis digital setelah menyelesaikan sesi pelatihan. Fenomena ini jelas menggambarkan betapa efektifnya program tersebut dalam membangun kompetensi digital di kalangan peserta, sehingga mereka lebih siap menghadapi dinamika pasar modern.

Inisiatif pendampingan ini mencakup serangkaian kegiatan yang dirancang secara menyeluruh, mulai dari pelatihan intensif tentang dasar-dasar *e-commerce* hingga bantuan teknis dalam proses pengaturan akun pengguna dan penyusunan daftar produk. Selain itu, terdapat juga konsultasi pribadi yang difokuskan pada pengembangan rencana pemasaran daring yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing. Dalam pelaksanaannya, program memanfaatkan berbagai platform *e-commerce* populer di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak, yang dikombinasikan dengan perangkat analisis seperti *Google Analytics* untuk memantau dan mengevaluasi kinerja secara *real-time*.

Metode pemasaran yang diajarkan meliputi penggunaan iklan berbayar, strategi pemasaran melalui surel, serta pemanfaatan jaringan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Meskipun demikian, di tengah keberhasilan yang diraih, tidak bisa dipungkiri adanya beberapa hambatan yang dihadapi. Sebagian peserta, khususnya mereka yang sebelumnya minim pengalaman dengan teknologi, sering kali kesulitan dalam menguasai elemen-elemen teknis *e-commerce*, misalnya cara mengoperasikan antarmuka platform atau melakukan interpretasi data analitik. Selain itu, keterbatasan dalam hal modal finansial dan sarana teknologi, seperti akses internet yang stabil atau perangkat yang memadai, turut menjadi penghalang bagi beberapa orang. Tantangan lain yang muncul adalah kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan perubahan cepat dalam strategi pemasaran digital, yang sering kali memerlukan pembelajaran berkelanjutan agar tetap relevan.

Guna menangani berbagai kendala tersebut, ada beberapa rekomendasi yang bisa diterapkan ke depannya. Pertama, penyediaan pelatihan lanjutan secara periodik sangat

dianjurkan agar peserta selalu mendapatkan informasi terkini tentang tren baru dalam dunia *e-commerce*, sehingga mereka tidak tertinggal oleh perkembangan teknologi. Kedua, dukungan teknis yang berkesinambungan juga krusial untuk membantu peserta menyelesaikan isu-isu teknis yang mungkin timbul selama operasional bisnis daring mereka, seperti masalah integrasi sistem atau *troubleshooting platform*. Di samping itu, disarankan untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih disesuaikan dengan nuansa pasar setempat, termasuk pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen lokal, pola belanja, dan faktor budaya yang memengaruhi keputusan pembelian. Dengan pendekatan ini, peserta diharapkan dapat mempromosikan produk mereka dengan lebih tepat sasaran, sehingga meningkatkan efisiensi dan hasil penjualan. Secara keseluruhan, dampak jangka panjang dari program ini tampak sangat menjanjikan, karena tidak hanya memperkuat kapabilitas digital individu peserta, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap kemajuan ekonomi di tingkat lokal.

Melalui perluasan akses pasar untuk usaha kecil dan menengah, program ini berpotensi mendorong pertumbuhan inklusif, menciptakan lapangan kerja baru, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas. Keberhasilan ini juga bisa menjadi model bagi inisiatif serupa di wilayah lain, di mana pemberdayaan melalui teknologi digital menjadi kunci utama untuk mengatasi ketimpangan ekonomi. Dengan terus memantau dan menyempurnakan program, Yayasan Al Markazi Bengkulu dapat memastikan bahwa manfaatnya tidak hanya sementara, melainkan berkelanjutan dalam mendukung ekosistem wirausaha di Bengkulu. Selain itu, kolaborasi dengan mitra eksternal, seperti pemerintah daerah atau perusahaan teknologi, bisa memperkaya sumber daya dan memperluas jangkauan, sehingga lebih banyak pebisnis pemula yang terbantu. Pada akhirnya, program ini membuktikan bahwa investasi dalam pendidikan digital dapat menghasilkan multiplier effect yang signifikan bagi pembangunan komunitas.

#### **4. Simpulan Dan Saran**

Program pendampingan *e-commerce* yang dilaksanakan di Yayasan Al Markazi Bengkulu berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kinerja bisnis para peserta. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam penjualan online dan trafik pengunjung toko setelah peserta menerapkan strategi *e-commerce* yang diajarkan. Pelatihan ini juga berhasil memperluas pemahaman peserta tentang pemasaran digital, membekali mereka dengan keterampilan penting untuk berkompetisi di pasar online. Meskipun demikian, tantangan terkait kurangnya pengalaman teknologi dan keterbatasan sumber daya menjadi hambatan yang perlu diatasi. Secara keseluruhan, program ini menunjukkan potensi besar untuk mendukung pertumbuhan bisnis mikro dan kecil dengan memanfaatkan platform digital secara efektif.

Untuk memaksimalkan manfaat dari program pendampingan *e-commerce*, beberapa langkah perbaikan dapat diterapkan. Pertama, pelatihan berkelanjutan dan pembaruan informasi mengenai perkembangan tren *e-commerce* sebaiknya diberikan untuk memastikan peserta tetap relevan dengan dinamika pasar digital yang terus berubah. Kedua, dukungan teknis yang berkelanjutan perlu ditawarkan untuk membantu peserta dalam mengatasi kendala teknis yang mungkin timbul selama mereka menjalankan bisnis online. Selain itu, merancang strategi pemasaran yang lebih spesifik dan disesuaikan dengan karakteristik pasar lokal dapat meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan peserta dapat lebih mudah beradaptasi dan sukses dalam mengelola bisnis mereka di dunia *e-commerce*, serta memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi ekonomi lokal.

#### **5. Daftar Pustaka**

- [1] A. Zaverbnyi and V. Ilnytskyi, "Digital transformation of business as a necessary condition for its development," *Econ. Enterp. Manag.*, vol. 69, pp. 57–60, 2022.
- [2] I. S. M. Marwati, "Sosialisasi Dan Pelatihan Marketing *E-commerce* Dan Sistem Informasi Akuntansi Untuk Mendukung Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan

- Logam Di Kecamatan Cepogo Boyolali Menghadapi Revolusi Industri 4.0,” *Adi Widya J. Pengabd. Masy.*, vol. 6, no. 2, pp. 119–130, 2022, doi: 10.33061/awpm.v6i2.7773.
- [3] N. Ain, D. N. Safitri, and J. Hendra, “Pemasaran Digital dan *E-commerce* di Era Globalisasi: Tren, Inovasi, dan Dampaknya pada Bisnis Global,” *J. Educ. Transp. Bus.*, vol. 1, no. 2, pp. 753–763, 2024.
- [4] M. S. Retnowati, A. Rahmania, and M. I. N. Noor, “Pelatihan Pemasaran Produk UMKM Desa Prayungan Pada Pasar Digital (*E-commerce*),” *Educ. J. Community Serv. Educ.*, vol. 2, no. 1, pp. 16–23, 2022.
- [5] I. Mahuda, A. C. Kusuma, and R. Meilisa, “Know And Mentoring *E-commerce* Market For Msmes In Lialang-Serang Village: Pengenalan Dan Pendampingan Pemanfaatan Marketplace *E-commerce* Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Lialang-Serang,” *Indones. J. Engag. Community Serv. Empower. Dev.*, vol. 1, no. 1, pp. 50–59, 2021.
- [6] J. Hutahaean, N. Mulyani, Z. Azhar, A. Salsabila, and D. Ananda, “Peranan *E-commerce* Dalam Pengembangan Bisnis Pada PKK,” *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 8, no. 1, pp. 450–459, 2024.
- [7] Z. Ritonga, H. Safri, B. E. Broto, and S. Sutoyo, “*E-commerce* Training for Beginner Entrepreneurs in Bireuen District,” *Int. J. Community Serv.*, vol. 1, no. 2, pp. 168–172, 2022, doi: 10.55299/ijcs.v1i2.191.
- [8] M. A. Nugroho, P. S. P. Utama, and S. F. Azzahra, “Pendampingan Digitalisasi Bisnis KWT Soka Makmur,” *Empower. J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 4, pp. 496–501, 2022.