

## PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA PLATFORM E-COMMERCE DI ERA DIGITAL

Ary Wira Andika<sup>1,\*</sup>, I Made Gunawan Ernata Giri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email : arywira@unmas.ac.id

### ABSTRAK

Di era digital saat ini sistem dan proses lama harus dipikirkan kembali, dan teknologi baru harus diterapkan agar bisnis tetap kompetitif dan berkembang. Persaingan global yang tinggi memberikan tuntutan tersendiri bagi para pelaku usaha untuk selalu meningkatkan inovasi produk dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang. Sektor bisnis merupakan sektor yang paling terkena dampak dari perkembangan teknologi, dimana kini muncul transaksi jual beli yang menghubungkan penjual dengan pembeli secara online menggunakan media internet atau platform e-commerce digital. Pelaku bisnis perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkannya untuk meningkatkan kualitas bisnis serta meningkatkan jangkauan pasar.

**Kata Kunci:** Platform, E-commerce, Era Digital.

### ANALISIS SITUASI

Dalam dunia bisnis terutama bisnis yang berjalan di bidang penjualan barang sangatlah diperlukan jiwa yang kreatif dan inovatif terhadap keberlangsungan jalannya Perusahaan, di mana kreatif dan inovatif pada prinsipnya yaitu kemampuan untuk memperoleh strategi yang baru dari yang telah ada pada sebelumnya baik dari strategi pengenalan atau memasarkan produk sampai ke penjualan produk. Operasional bisnis sangat membutuhkan adanya kreativitas yang tinggi terhadap hal baru dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi maupun penjualan, tidak hanya bisnis bersekala besar namun bisnis sekala kecil juga bisa menggunakan hal ini

Salah satu hal penting adalah bagaimana caranya memanfaatkan keberadaan teknologi yang ada, untuk mengoptimalkan kinerja bisnisnya. Pemasaran bisnis melalui platform digital saat ini semakin berkembang pesat. Hal ini sebagaimana terindikasi dari keberadaan beragam situs jual beli online dan tentu saja media sosial yang semakin bertambah dan berkembang. Keberadaan media sosial pun semakin berkembang dengan pesat, setidaknya ada platform media sosial yang sangat memungkinkan untuk dapat digunakan dalam berbisnis. Keberadaan beragam platform seperti Facebook, Shopee, Tokopedia misalnya, selain digunakan sebagai media dalam berinteraksi melalui dunia maya, juga dapat digunakan dalam mempromosikan keberadaan produknya secara luas.

Elite MMA Shop merupakan perusahaan yang bergerak didistributor peralatan olahraga khususnya MMA, Boxing, Muaythai, Brazilian JiuJitsu. Dimana Perusahaan ini menawarkan segala keperluan olahraga khususnya pada olahraga bela diri, dari produk produk yang di tawarkan maka EliteMMA Shop harus memiliki kemampuan

dan keterampilan dalam memasarkan produk pada era digital saat ini dengan tujuan untuk meningkatkan presentase penjualan perusahaan.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan observasi yang dilakukan yang menjadi permasalahan pada outlet EliteMMA Shop Bali adalah Dimana karyawan selalu di tuntutan oleh para pelanggan yang mengalami kesulitan dalam belanja perlengkapan beladiri dikarenakan lokasi outlet yang cukup jauh terutama pada para pelanggan yang berada/tinggal di Bali bagian Utara dan Bali bagian selatan dilihat dari keadaan distributor peralatan olahraga khususnya boxing dan MMA terbilang sangat langka di Bali.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Dari hasil observasi terhadap semua permasalahan yang di hadapi oleh outlet EliteMMA Shop Legian, maka solusi yang dapat diberikan yaitu dengan memberikan pemahaman tentang seberapa besar manfaat bagi para pembisnis dalam keikut serta perkembangan teknologi di era digital untuk peningkatan presentase penjualan di suatu perusahaan. Selain itu juga mendampingi untuk mendaftarkan/membuat akun di platform e-commerce dengan tujuan untuk keamanan, kenyamanan dan kemudahan para calon pelanggan dalam melakukan pembelian barang.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang terjadi dalam kegiatan peningkatan Penjualan di era digital pada EliteMMA Shop Legian, yaitu:

- 1) Menjelaskan kepada pegawai mengenai pemanfaatan Platform E-commerce untuk mempermudah dalam melakukan jual beli barang di era digital.
- 2) Mengedukasi system kerja media Platform E-commerce digital mulai dari tahap awal sampai akhir.
- 3) Pendampingan karyawan dalam pembuatan akun pada Platform E-commerce sampai ke proses pengiriman barang,
- 4) Mengevaluasi segala program kerja yang telah dijalankan terkait pemanfaatan media Platform E-commerce

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Memuat uraian hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian pada masyarakat sekaligus disertai dengan pembahasan dan pendampingan untuk mengoptimalkan memanfaatkan dari perkembangan teknologi terutama dalam penjualan barang dengan menggunakan media e-commerce sudah berjalan dengan baik, dan kini akan terus di terapkan pada outlet EliteMMA Shop Legian.



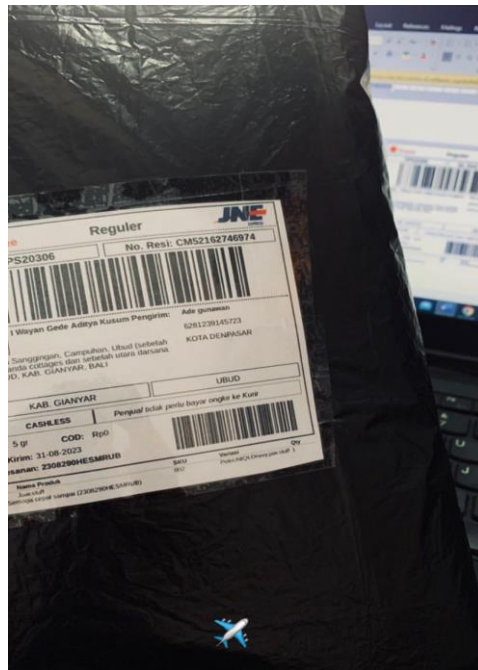
**Gambar 1.** Memberikan pemahaman tentang pentingnya dari pemanfaatan media platform E-Commerce



**Gambar 2.** Pendampingan pembuatan akun salah satu platform E-Commerce



**Gambar 3.** Membimbing sistim kerja platform penjualan online



Gambar 4. Proses cetak resi dan pengiriman barang.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Partisipasi para pegawai dalam mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat sangat terbuka dan berpartisipasi penuh dalam penggunaan Media Platform *E-commerce* khususnya Shopee. Dengan adanya media platform *e-commerce* ini penjual maupun calon pembeli pada Elite MMA Shop legian menjadi lebih mudah untuk melakukan penjualan atau pembelian barang dan jarak yang jauh tidak lagi menjadi masalah untuk melakukan transaksi jual beli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Permadi, I. K. O., Dewi, N. K. U. K., & Orlanda, N. P. A. (2024). Peningkatan Branding Pemasaran Melalui Media Sosial dan Optimalisasi Pencatatan Tata Kelola Keuangan Menggunakan Aplikasi Credibook Pada UMKM Kue Gabin Tirta Nadi. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 3(1), 416–422.
- Reggina, W. A. (2023). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), pp. 29–40.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiatin, S. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM di Indonesia: A Scoping Review. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(2), pp. 20-35.