

Education on the Implementation of E-Business Systems to Support Operational Management and Marketing at BPC-HIPMI Pekanbaru City

Edukasi Penerapan Sistem E-Business untuk Menunjang Operasional Pengelolaan dan Pemasaran pada BPC-HIPMI Kota Pekanbaru

Rika Perdana Sari^{*1}, Tri Anggara Putra^{*2}, Yasmin Nadhifa Umayro³, Kartina Diah Kusuma Wardhani⁴, Silvana Rasio Henim⁵

^{1,3,4,5}Program Studi Teknik Informatika, Politeknik Caltex Riau

²Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Lancang Kuning

*e-mail: rika@pcr.ac.id¹, trianggaraputra@unilak.ac.id²

Abstract

The Pekanbaru City Branch of the Indonesian Young Entrepreneurs Association (BPC-HIPMI) is a forum for young entrepreneurs in Pekanbaru City to collaborate to develop the economy. Information and communication technology (ICT) is the primary key to driving operational efficiency and digital-based marketing strategies in the digital era. Business digitalization that utilizes ICT is called e-business. This article describes educational activities related to using e-business systems that have been developed and implemented as training activities. Participants responded positively to this training, as evidenced by the evaluation results in the form of an average system benefit value of 4.33 and an average ease of use value of 4.29. These results indicate that this training greatly supports digital transformation for business actors under the auspices of the Pekanbaru City BPC-HIPMI.

Keywords: *E-business, digital marketing, UKM Products, BPC-HIPMI Kota Pekanbaru*

Abstrak

Badan Pengurus Cabang Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (BPC-HIPMI) Kota Pekanbaru berperan sebagai wadah bagi pengusaha muda yang ada di Kota Pekanbaru untuk berkolaborasi dalam upaya pengembangan ekonomi. Dalam era digital, penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadi kunci utama dalam mendorong efisiensi operasional dan strategi pemasaran berbasis digital. Digitalisasi bisnis yang memanfaatkan TIK disebut dengan e-business. Artikel ini mendeskripsikan kegiatan edukasi terkait penggunaan sistem e-business yang telah dikembangkan dan diimplementasikan dalam bentuk kegiatan pelatihan. Peserta memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap pelatihan ini, yang dibuktikan dengan hasil evaluasi berupa skor rata-rata 4.33 untuk manfaat sistem dan 4.29 untuk aspek kemudahan penggunaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelatihan ini memberikan dampak yang signifikan dalam mendukung transformasi digital bagi para pelaku usaha di bawah naungan BPC-HIPMI Kota Pekanbaru.

Kata kunci: *E-business, digital marketing, produk UKM, BPC-HIPMI Kota Pekanbaru*

1. PENDAHULUAN

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) merupakan organisasi independen yang menghimpun para pengusaha muda dalam sektor ekonomi. Salah satu cabangnya, BPC-HIPMI Kota Pekanbaru, aktif dalam membangun ekosistem bisnis yang kompetitif dengan memanfaatkan teknologi digital. Namun salah satu kendala utama yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) saat ini adalah kurangnya pemahaman terhadap pemanfaatan teknologi dalam strategi pemasaran. Oleh karena itu, dibutuhkan inisiatif strategis untuk mendorong penggunaan teknologi digital dalam ekosistem bisnis mereka (Hapsari et al., 2024). Selaras dengan visi misi dan AD/ART pengurus periode 2023-2026, bahwasanya peran serta teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sangat dibutuhkan untuk menunjang tata kelola BPC-HIPMI Kota Pekanbaru. Menurut penelitian sebelumnya, penerapan digitalisasi bisnis yang selaras dengan strategi organisasi dapat mempercepat transformasi digital (Priyono et al., 2020). Digitalisasi bisnis yang didukung dengan teknologi yang handal merupakan salah satu bentuk transformasi

dan strategi yang digunakan untuk mengidentifikasi praktik bisnis berbasis digital (Ritcher, 2020). Berbagai teknologi dapat dimanfaatkan untuk pemasaran digital, seperti aplikasi online dan media social (Widiarto et al., 2024), situs pribadi (Sulaksono, 2020), pemanfaatan marketplace (Suhermin et al., 2022), e-commerce (Hendiana et al., 2022), atau dapat mengembangkan e-business (Fauzi et al., 2020). Dalam konteks ini, e-business menjadi solusi strategis yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis UKM melalui digitalisasi operasional dan pemasaran.

E-Business merupakan bentuk digitalisasi terhadap kegiatan bisnis yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi. Penerapan e-business dapat dilihat dari dua sudut pandang, yakni produksi dan transaksi (Lee, 2021). Produksi merupakan proses interaksi dengan pemasok, yakni supply chain management yang dilakukan secara elektronik. Dimana peluang untuk menjangkau lebih banyak pelanggan melalui transaksi yang dilakukan, terbukti dapat lebih efisien dan efektif. Pemanfaatan teknologi digitalisasi bisnis dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) perlu dilakukan secara optimal. Hal ini selaras dengan pertumbuhan bisnis di kota Pekanbaru, dimana sebagai salah satu kota berkembang, Pekanbaru memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama di sektor perdagangan, jasa, dan industri kreatif. Dengan populasi pengusaha muda yang semakin meningkat, penggunaan teknologi sangat potensial untuk mendukung ekosistem bisnis secara berkelanjutan. Disamping itu, dukungan pemerintah daerah dalam mendorong transformasi digital menjadi dorongan kuat bagi komunitas bisnis lokal untuk mengikuti perkembangan teknologi.

Menurut Laudon & Laudon (2018), e-business memungkinkan perusahaan untuk menghubungkan semua mitra bisnis mereka dalam satu platform yang terintegrasi. Hal ini mencakup proses pembelian, penjualan, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan hubungan dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya. Selain itu, penggunaan teknologi digital dalam e-business dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya operasional, serta membuka peluang pasar baru yang lebih luas. Disamping itu pengembangan sistem e-business dimaksudkan juga untuk memberikan kemudahan penyampaian informasi antar anggota, serta proses bisnis lainnya. Namun untuk mengarahkan agar UKM mengadopsi e-business, diperlukan strategi efektif (Septiadi & Agus, 2024) sehingga dapat berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi. Salah satu praktik penerapan e-business yang dapat dilakukan adalah pemrosesan transaksi menggunakan website. Website memiliki kontribusi dalam mendukung bisnis, yang dapat mempengaruhi UKM dalam menerapkannya (Alderete, 2019). Website dapat membantu proses komunikasi antara UKM, pelanggan dan pemasok.

Pengembangan sistem e-business berbasis website merupakan bagian dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan antara dosen dan mahasiswa, serta melibatkan pihak pengurus BPC-HIPMI Kota Pekanbaru. Selanjutnya hasil produk penelitian tersebut, dikemas dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dengan konsep edukasi dan pelatihan penggunaan sistem e-business. Adapun sasaran peserta kegiatan adalah pengurus dan anggota BPC-HIPMI Kota Pekanbaru. Kegiatan pelatihan berguna untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan pengusaha UKM dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk memasarkan produk (Atmojo, 2022)(Widiarto et al., 2024). Pelatihan diadakan untuk membantu proses digitalisasi bisnis UMKM yang bernaung di bawah BPC-HIPMI Kota Pekanbaru. Selain itu transformasi digital dalam sektor bisnis juga menjadi perhatian pemerintah dalam rangka mendorong perekonomian digital di Indonesia. Penerapan teknologi digital oleh UKM di Indonesia dapat meningkatkan produktivitas sebesar 25%-30%, serta mempercepat akses ke pasar internasional (Das et al, 2016). Oleh karena itu, pelatihan dan edukasi bagi komunitas bisnis lokal, seperti BPC-HIPMI Kota Pekanbaru, menjadi langkah strategis untuk mendukung transformasi digital. Dan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai penerapan dan pengelolaan sistem e-business, sekaligus meningkatkan kemampuan teknis para peserta dalam memanfaatkan platform digital untuk mendukung UKM mereka.

2. METODE

Pada kegiatan ini pendekatan yang digunakan adalah edukasi dan pelatihan. Strategi pelatihan langsung kepada pengguna yang nantinya akan terlibat memanfaatkan sistem e-business merupakan strategi efektif yang dipilih untuk mendorong anggota mengadopsi teknologi. Metode ini dipilih untuk mengoptimalkan penggunaan sistem sehingga peserta menjadi sangat paham untuk mengoperasikan sistem.

Sejumlah persiapan kegiatan dilakukan, yakni: (a) Membuat janji kepada pengurus BPC-HIPMI Kota Pekanbaru terkait dengan kegiatan yang akan dilaksanakan; (b) Memastikan kembali bahwa sistem dapat berjalan dengan baik dan dapat diakses secara public; (c) Berkoordinasi dengan tim terkait pembagian tugas selama proses pelatihan berlangsung; dan (d) Membuat manual book penggunaan system, yang dapat menjadi petunjuk tambahan bagi peserta pelatihan. Kegiatan ini dilakukan melalui pendekatan edukasi dan pelatihan dengan metode partisipatif. Strategi ini dipilih agar peserta dapat memahami penggunaan sistem e-business secara langsung. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

a) Koordinasi dan Persiapan

Tim pelaksana berkoordinasi dengan pengurus BPC-HIPMI terkait agenda pelatihan, kesiapan sistem, serta penyediaan manual penggunaan. Pada kegiatan ini pengurus BPC-HIPMI Kota Pekanbaru sebagai mitra PkM berkontribusi untuk mengumpulkan pengurus dan anggota yang bertindak sebagai peserta kegiatan. Disamping itu mitra juga menyiapkan tempat untuk pelatihan serta memastikan kesediaan dan komitmen peserta untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan PkM.

b) Pelaksanaan pelatihan

Peserta diberikan materi terkait sistem e-business yang dikembangkan, diikuti dengan praktik langsung dalam mengoperasikan platform tersebut. Setiap peserta menggunakan perangkat elektronik masing-masing, baik laptop ataupun perangkat mobile.

c) Evaluasi dan Umpan Balik

Tahap evaluasi dilakukan untuk memastikan sistem dapat digunakan dengan baik dan mengetahui mitra dapat menggunakannya untuk menyelesaikan permasalahan. Evaluasi dilakukan dalam beberapa tahap, yakni selama proses pelatihan, dengan memberikan sejumlah kuesioner kepada peserta, untuk mengukur dampak penggunaan sistem terhadap bisnis. Disamping itu tim PkM juga melakukan evaluasi setelah proses pelatihan, dimaksudkan untuk mengukur Tingkat kemudahan penggunaan, manfaat serta kepuasan pengguna. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui bahwa sistem berjalan dengan baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem e-busines BPC-HIPMI Kota Pekanbaru dapat diakses pada laman <https://hipmi.pocari.id/>. Sistem ini dirancang berdasarkan permintaan dari pihak mitra, untuk mendukung pengusaha UMKM yang tergabung dalam BPC-HIPMI Kota Pekanbaru. Pemasaran produk, jasa dan layanan dari UMKM secara digital dapat dilakukan dengan menggunakan platform e-business ini. Platform ini menyediakan berbagai fitur yang dirancang untuk mempermudah proses penjualan dan pengelolaan bisnis secara online, sekaligus meningkatkan koneksi dan keterhubungan antara pengusaha UMKM dan calon pelanggan, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Platform ini menyediakan berbagai fitur utama, seperti:

- a) Pendaftaran dan Manajemen Akun: Peserta diajarkan cara membuat akun, mengunggah informasi produk, serta mengelola transaksi.
- b) Pengelolaan Produk dan Penjualan: Peserta mendapatkan pelatihan dalam mengoptimalkan deskripsi produk dan pemanfaatan fitur katalog.
- c) Integrasi Sistem Pembayaran Digital: Saat ini, sistem menggunakan metode upload bukti bayar, dimana pengembangan ke arah pembayaran digital otomatis akan dilakukan sebagai bagian dari tindak lanjut hasil pelatihan.
- d) Analitik Bisnis dan Laporan Penjualan: Peserta dikenalkan dengan fitur analisis data bisnis untuk pengambilan keputusan strategis.



Gambar 1. Halaman utama sistem e-business BPC-HIPMI Kota Pekanbaru

Sistem ini menyediakan sejumlah fitur utama, dimana dalam kegiatan ini dilakukan edukasi kepada peserta pelatihan. Adapun fitur-fitur utama meliputi (a) Pendaftaran dan Manajemen Akun. Peserta yang bertindak sebagai anggota BPC-HIPMI dilatih untuk membuat akun sebagai penjual di platform tersebut, untuk memasarkan produk mereka, mengunggah informasi produk atau layanan, serta memantau aktivitas transaksi.



Gambar 2. Kegiatan pelatihan, (a) Peserta mengakses sistem; (b) suasana pelatihan; dan (c) Tim PkM membantu peserta

(b) Pengelolaan Produk, dimana penjual dapat mengelola katalog produk, yang terdiri dari kemampuan untuk menambahkan, mengedit, dan menghapus produk, serta mengatur kategori dan deskripsi produk dengan jelas agar mudah ditemukan oleh calon pembeli. Peserta juga diberikan pelatihan tentang cara mengoptimalkan informasi produk, seperti penggunaan gambar

produk yang baik dan deskripsi yang informatif untuk meningkatkan daya tarik penjualan. (c) Integrasi Sistem Pembayaran Digital, saat ini fitur yang diimplementasikan adalah pembeli mengupload bukti bayar. Namun untuk pengembangan fitur selanjutnya, pembayaran digital dapat ditingkatkan, sehingga dapat menyediakan berbagai metode pembayaran digital, selain transfer bank. (d) Pelaporan, dimungkinkan penjual dapat mengetahui performa bisnis mereka secara real-time. Peserta pelatihan juga diperkenalkan dengan alat analitik, yang mencakup visualisasi informasi seperti jumlah pengunjung toko, produk terlaris, dan total penjualan. Data ini sangat penting untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik, sehingga peserta dilatih cara membaca dan memanfaatkan data ini untuk mengembangkan strategi penjualan yang lebih efektif. (e) Pengelolaan Pengiriman, dengan integrasi dengan layanan pengiriman barang, yang mempermudah proses pengiriman produk dari penjual ke pembeli. Peserta pelatihan diajarkan bagaimana mengelola pengiriman, mulai dari memilih mitra logistik yang sesuai hingga melacak status pengiriman secara otomatis.



Gambar 3. Dokumentasi tim PkM dan peserta pelatihan

Peserta diajarkan cara memanfaatkan teknologi untuk mengotomatisasi proses bisnis secara digital, sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar. Penggunaan sistem ini berpotensi untuk meningkatkan geliat bisnis pengusaha UMKM dan diharapkan dapat diterapkan secara optimal.

Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh pengurus dan anggota BPC-HIPMI Kota Pekanbaru. Karena sejumlah kesibukan yang tidak dapat dielakkan, anggota yang dapat berpartisipasi pada pelatihan ini hanya 15 orang. Kegiatan berhasil dilaksanakan dengan baik dan mendapatkan apresiasi positif dari peserta. Hal ini diperoleh dari hasil pengukuran yang dilakukan diakhir pelatihan.



(a)



(b)

Gambar 4. Evaluasi kegiatan, (a) Aktivitas akhir kegiatan; dan (b) Peserta mengisi kuesioner

Analisis deskriptif dilakukan terhadap hasil kuesioner, yang mengukur tiga variabel, yakni usability, usefulness dan satisfaction. Dari hasil evaluasi, diperoleh nilai rata-rata usability sebesar 4.29 dan usefulness sebesar 4.33, menandakan bahwa sistem mudah digunakan serta

memberikan manfaat bagi bisnis peserta. Selain itu, skor kepuasan peserta mencapai 4.47, yang menunjukkan bahwa mereka sangat puas dengan pengalaman menggunakan sistem ini. Disamping itu berdasarkan umpan balik yang diberikan oleh peserta dalam bentuk kumpulan teks, dilakukan pengolahan menggunakan cloud word generator. Visualisasi dari kumpulan teks umpan balik peserta disajikan dalam bentuk grafik, di mana kata-kata yang paling sering muncul ditampilkan lebih besar atau lebih menonjol dibandingkan dengan kata-kata lain.



Gambar 5. Visualisasi umpan balik peserta pelatihan

Secara keseluruhan, sistem yang diuji mendapat umpan balik positif dari peserta kegiatan pelatihan, sebagaimana kata-kata yang dominan tampil pada Gambar 5. Kedepan BPC-HIPMI Kota Pekanbaru dapat memanfaatkan sistem untuk mendukung percepatan digitalisasi bisnis organisasinya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan edukasi dan pelatihan penggunaan dan pemanfaatan sistem e-business BPC-HIPMI Kota Pekanbaru dapat disimpulkan bahwa kegiatan edukasi dan pelatihan ini telah membantu mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung proses bisnisnya. Dengan implementasi sistem e-business, pengusaha muda di BPC-HIPMI Kota Pekanbaru memiliki peluang lebih besar dalam meningkatkan daya saing bisnis mereka. Ke depan, pengembangan fitur lanjutan seperti sistem pembayaran otomatis dan integrasi logistik dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Bagian Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (BP2M) Politeknik Caltex Riau yang telah mendukung pendanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alderete, M. V. (2019). Electronic commerce contribution to the SME performance in manufacturing firms: A structural equation model | Contribución del comercio electrónico al desempeño de las PyMEs industriales: Un modelo estructural. *Contaduría y Administración*, 64(4), 1–24.
- Atmojo, M. E. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 378–385. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8214>
- Das, K., Gryseels, M., Sudhir, P., & Tan, K. T. (2016). Unlocking Indonesia's Digital Opportunity.

- McKinsey & Company, October 1–28.
- Fauzi, F., Al-Khowarizmi, A.-K., & Muhathir, M. (2020). The e-Business Community Model is Used to Improve Communication Between Businesses by Utilizing Union Principles. *Journal of Informatics and Telecommunication Engineering*, 3(2), 252–257. <https://doi.org/10.31289/jite.v3i2.3260>
- Hapsari, R. I., Adhisuwarnjo, S., Alia, N., & Perdana, F. A. (2024). *Collaboration between Vocational Higher Education and UMKM towards National Empowerment Kolaborasi Perguruan Tinggi Vokasi dan UMKM menuju Kemandirian Nasional*. 8(2), 365–374.
- Hendiana, R., Fauzi S.E., M.M. D. A., Permana S.T., M.Kom, D. S., Zahra, F., Ramadhona, H., Prihatini, R. F., & Wijayanti, E. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran, Peran Penggunaan E-Commerce, Kepuasan Konsumen Terhadap Volume Penjualan Umkm Pada Masa Pandemi Dan Pasca Pandemi Covid 19. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 91–99. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.338>
- Laudon, K.C., & Laudon, J.P. (2018). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (15th Edition). Pearson.
- Lee, S. (2021). E-commerce Adoption and Effects on South Korean SMEs During the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Applied Sociology*, 11(1), 11–20. <https://doi.org/10.5923/j.ijas.20211101.02>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of smes during the covid-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–22. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Ritcher, A. (2020). Locked-down digital work. *International Journal of Information Management*, 55(May), 10–12.
- Septiadi, B., & Agus, I. (2024). Transformasi Bisnis di Era Digital: Analisis Sistematis Terhadap E-Bisnis di Indonesia Pada Konteks UMKM. *Journal of Digital Literacy and Volunteering*, 2(1), 38–43. <https://doi.org/10.57119/litdig.v2i1.80>
- Suhermin, Cahyaning Rarnadhani, Y., Budianto, & Anang Subardjo. (2022). Pelatihan Inovasi Marketplace Bagi UMKM. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1572–1577. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i6.11448>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Widiarto, W., Salamah, U., Suryani, E., & Teknologi, F. (2024). *Pelatihan Promosi Wirausaha UMKM Melalui Aplikasi On-line dan Media Sosial Global*. 8(3), 863–870. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i3.15761>