

### Artikel Info

|                                    |                                   |                                  |                                    |
|------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| <b>Received:</b><br>March 25, 2023 | <b>Revised:</b><br>April 13, 2023 | <b>Accepted:</b><br>May 11, 2024 | <b>Published:</b><br>June 28, 2024 |
|------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|

## Edukasi Literasi Digital Penggunaan E-Commerce Bagi UMKM Di Pasar Sentral Kota Medan

Sri Endang Rahayu<sup>\*1</sup>, Naufal Maulana Polem<sup>2</sup>, Fani Rasya Kinanti<sup>3</sup>, Voni Yanti<sup>4</sup>, Agung Prabowo<sup>5</sup>

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara<sup>\*1, 2, 3, 4, 5</sup>

<sup>\*1</sup>email: sriendang@umsu.ac.id ,

<sup>2</sup>email: naufalmaulana2111@gmail.com

<sup>3</sup>email: .fanirasya123@gmail.com

<sup>4</sup>email: Vonyanti22@gmail.com

<sup>5</sup>email: agungwiratama79@gmail.com

**Abstract:** Some MSMEs may face challenges in adopting and utilizing E-commerce platforms due to a lack of understanding of digital literacy. Digital literacy education is key to helping MSMEs overcome barriers to engaging effectively in e-commerce. Medan City Central Market is a vital economic and trade center in the Medan city area. MSMEs in the Central market sell various kinds of products. However, with the existence of e-commerce, product sales have decreased. The decline in consumers visiting and buying at this central market. The objectives of this service are: 1). Assess and analyze the extent to which MSMEs in the Medan City Central Market have digital literacy in the use of E-commerce, 2). Identifying the obstacles and challenges faced by MSMEs in the Medan City Central Market in adopting and utilizing E-

**Abstrak:** Sebagian UMKM mungkin menghadapi tantangan dalam mengadopsi dan memanfaatkan platform E-commerce karena kurangnya pemahaman tentang literasi digital. Pendidikan literasi digital menjadi kunci untuk membantu UMKM mengatasi hambatan untuk terlibat secara efektif dalam perdagangan elektronik. Pasar Sentral Kota Medan merupakan pusat ekonomi dan perdagangan yang vital di wilayah kota Medan. UMKM di pasar Sentral ini menjual berbagai macam produk-produk. Namun dengan adanya e-commerce ini, penjualan produk mengalami penurunan. Semakin menurunnya konsumen yang berkunjung dan membeli di pasar sentral ini. Tujuan dari pengabdian ini adalah: 1). Menilai dan menganalisis sejauh mana UMKM di Pasar Sentral Kota Medan memiliki literasi digital dalam penggunaan E-commerce, 2). Mengidentifikasi

commerce, 3). Identifying the benefits that MSMEs can obtain in the Medan City Central Market through increasing digital literacy in the use of E-commerce. The results obtained are that there are still many MSME players who do not understand or do not use e-commerce platforms to sell. However, there are also several traders who have used e-commerce. From the results of digital literacy that has been carried out, it is successful in helping one of the traders who has a shop, namely the Jenna Batik shop which sells women's clothing, by helping create a Shopee account and also financial reports from the shop. After we also compared online and offline sales and it was found that selling offline or selling in stores directly in the central market still provided greater profits.

**Keywords:** Digital Literacy, E-Commerce & MSMEs

hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Pasar Sentral Kota Medan dalam mengadopsi dan memanfaatkan E-commerce, 3). Mengidentifikasi manfaat yang dapat diperoleh oleh UMKM di Pasar Sentral Kota Medan melalui peningkatan literasi digital dalam penggunaan E-commerce. Hasil yang didapat adalah masih terdapat banyak para pelaku UMKM yang tidak paham atau tidak menggunakan platform e-commerce dalam berjualan. Namun terdapat juga beberapa pedagang yang telah menggunakan e-commerce. Dari hasil literasi digital yang telah dilakukan adalah berhasilnya membantu salah satu pedagang yang mempunyai toko yaitu toko jenna batik yang menjual pakaian wanita, dengan membantu membuat akun shopee dan juga laporan keuangan dari toko tersebut. Setelah kami juga membandingkan penjualan secara online dan offline dan didapatkan bahwa penjualan secara offline atau berjualan di toko secara langsung di pasar sentral masih memberikan keuntungan yang lebih besar.

**Kata Kunci:** Literasi Digital, E-Commerce & UMKM

## A. Pendahuluan

Semua orang pasti setuju jika internet membuka banyak peluang baru bagi masyarakat untuk bisa berkembang dan menjalani hidup dengan lebih praktis. Hampir semua aktivitas sehari-hari telah dimudahkan dengan kehadiran teknologi tersebut. Salah satu yang paling terlihat dampaknya adalah kemudahan berbisnis melalui sarana internet atau dunia maya dengan munculnya *e-commerce* (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022). Kemunculan *e-commerce* ini memberikan manfaat bagi setiap orang baik itu bagi pihak konsumen maupun bagi

pihak produsen dan pebisnis. Awalnya aktivitas jual beli dilakukan secara langsung atau tatap muka di suatu tempat, sekarang bisa dilakukan dengan mudah dan praktis secara online tanpa adanya batasan tempat, waktu dan dapat dilakukan di mana saja.

Perkembangan pesat yang seakan tidak pernah berhenti dalam bidang Teknologi Informasi (IT) yang secara langsung juga mendukung perkembangan internet, memberikan kemudahan bagi para user (pengguna) dalam hal ini pelaku bisnis untuk menjalankan dan mengembangkan aktivitas bisnis dan usahanya (Y.L.R Rehatalanit, 2021).

Seiring dengan kemajuan teknologi digital, bisnis dan perdagangan telah mengalami transformasi fundamental. Perkembangan ini tercermin dalam fenomena E-commerce yang telah menjadi bagian integral dari kegiatan ekonomi global. E-commerce memberikan peluang yang besar bagi UMKM untuk mencapai pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas, dan dapat meningkatkan daya saing.

Teknologi informasi telah berkembang pesat dan mentransformasi banyak aspek kehidupan masyarakat, termasuk melalui penggunaan internet. Berdasarkan hasil survei lembaga Morgan Stanley (2022), pengguna internet di dunia pada awal tahun 2022 telah mencapai 4,95 miliar orang atau 62,5% dari total populasi dunia dengan rata-rata penggunaan internet 7 jam dalam sehari. Porsi pengguna internet dimaksud telah naik 18% bila dibandingkan porsi pengguna internet terhadap total populasi pada tahun 2017 yang baru mencapai 53% (Morgan Stanley, 2022). Indonesia juga menunjukkan pertumbuhan pengguna internet yang bahkan lebih tajam kenaikannya bila dibandingkan dengan pertumbuhan pengguna internet dunia dalam 5 tahun terakhir (Nancy Tangguh Marlina Sianipar, 2023).

Menurut data *Internet World Stats*, penetrasi internet Indonesia menempati peringkat kedelapan di Asia Tenggara. Tercatat, penetrasi internet di dalam negeri mencapai 76,3% per Juli 2022. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa dari populasinya yang diperkirakan sebanyak 278,26 juta jiwa (databoks, 2023)

Perkembangan teknologi yang pesat, membuat literasi digital menjadi sangat penting dalam era digital saat ini. Banyak transaksi yang dilakukan melalui internet, menjadikan e-

commerce sebagai pilihan utama bagi banyak konsumen dalam melakukan pembelian (Kisthi Hanila Dewi, 2022).

Beradaptasi dengan adanya perkembangan teknologi digital merupakan suatu hal yang wajib bagi setiap individu, terutama bagi para pelaku usaha seperti UMKM. *E-commerce* merupakan suatu platform online yang ada sebagai dampak dari adanya perkembangan teknologi digital. Namun dalam praktiknya, banyak UMKM yang masih belum bisa memanfaatkan *e-commerce* akibat rendahnya tingkat literasi digital yang dimiliki individu. Literasi digital merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital (Oktafiana Damayanti, dkk, 2021)

*Electronic Commerce* atau *e-commerce* adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet). Meski telepon dan televisi termasuk sebagai sarana elektronik, *e-commerce* kini lebih merujuk ke teknologi digital atau internet ((Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022).

Dengan adanya *e-commerce* memungkinkan sebuah perusahaan atau pemilik usaha untuk dapat menjual produk yang mereka buat kepada konsumen yang lebih banyak. Seolah-olah batas antar negara semakin hilang. Dengan kata lain, perusahaan dapat mencakup pasar yang lebih luas (Pusdiklat Aratur Pedagangan, 2017).

Pasar Sentral Kota Medan merupakan pusat ekonomi dan perdagangan yang vital di wilayah kota Medan. UMKM di pasar Sentral ini menjual berbagai macam produk-produk. Namun dengan adanya *e-commerce* ini, penjualan produk mengalami penurunan. Semakin menurunnya konsumen yang berkunjung dan membeli di pasar sentral ini.

Banyak UMKM di pasar Sentral ini yang beroperasi sebenarnya memiliki potensi yang besar dalam penjualannya, namun mungkin belum sepenuhnya memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh *E-commerce*. Dengan edukasi literasi digital, UMKM dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka dan berkontribusi lebih besar pada ekonomi lokal.

Sebagian UMKM mungkin menghadapi tantangan dalam mengadopsi dan memanfaatkan platform *E-commerce* karena kurangnya pemahaman tentang literasi digital. Faktor-faktor

seperti ketidakpahaman teknologi, keamanan digital, dan kurangnya aksesibilitas informasi dapat menjadi hambatan bagi UMKM untuk terlibat secara efektif dalam perdagangan elektronik.

Pendidikan literasi digital menjadi kunci untuk membantu UMKM mengatasi hambatan tersebut. Melalui pemahaman yang baik tentang teknologi, keamanan digital, dan praktik terbaik dalam menggunakan platform E-commerce, UMKM dapat mengoptimalkan potensi bisnis mereka dan memperluas pangsa pasar.

Dengan meningkatnya partisipasi UMKM dalam E-commerce, dapat diharapkan adanya dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal. Peningkatan penjualan dan ekspansi pasar bagi UMKM dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat perekonomian secara keseluruhan.

Pemilihan Pasar Sentral Kota Medan sebagai fokus utama penelitian memberikan kejelasan mengenai situasi lokal dan kebutuhan khusus UMKM di wilayah tersebut. Hal ini memungkinkan adanya rekomendasi dan solusi yang lebih tepat dan relevan untuk meningkatkan literasi digital dan pemanfaatan E-commerce di pasar tersebut.

Tujuan dari pengabdian ini adalah : 1). Menilai dan menganalisis sejauh mana UMKM di Pasar Sentral Kota Medan memiliki literasi digital dalam penggunaan E-commerce, termasuk pemahaman tentang platform, fitur, dan praktik terbaik. 2). Mengidentifikasi hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Pasar Sentral Kota Medan dalam mengadopsi dan memanfaatkan E-commerce, seperti kendala teknis, keamanan digital, dan faktor-faktor lain yang mungkin membatasi partisipasi mereka. 3). Mengidentifikasi manfaat yang dapat diperoleh oleh UMKM di Pasar Sentral Kota Medan melalui peningkatan literasi digital dalam penggunaan E-commerce, seperti peningkatan penjualan, ekspansi pasar, dan keberlanjutan bisnis. 4). Merancang strategi edukasi literasi digital yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan UMKM di Pasar Sentral Kota Medan, dengan fokus pada solusi konkret untuk mengatasi hambatan dan meningkatkan pemanfaatan E-commerce.

## **B. Metode Penelitian**

Mitra yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini adalah para pelaku UMKM di Pasar Sentral yang minim pengetahuan atau minimnya literasi digital tentang penggunaan E-commerce dalam mendukung aktivitas jual beli mereka. Kegiatan ini dilaksanakan di pasar Sentral Kota Medan sebanyak 4 kali pertemuan pada setiap minggunya. Metode pelaksanaan kegiatannya dengan pelatihan secara langsung yang terdiri dari beberapa kegiatan, yaitu :

1. Melakukan survei terlebih dahulu. Kriteria yang kami berikan sebelum melakukan literasi yaitu, apakah pengguna UMKM mengetahui tentang E-Commerce, apakah pengguna UMKM menggunakan E-Commerce sebelumnya.
2. Melakukan literasi digital dan tahap pembuatan akun E-Commerce
3. Membantu membuat laporan keuangan toko tersebut
4. Melakukan evaluasi hasil penjualan dan melakukan perbandingan kegiatan penjualan offline dan online.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Tingkat Literasi digital yang dimiliki oleh UMKM di Pasar Sentral Kota Medan dalam menggunakan platform E-commerce**

Dari aktivitas yang telah kami lakukan kurang lebih selama 4 minggu di Pasar Sentral, kami menemukan bahwa masih banyak para pelaku UMKM di Pasar Sentral yang minim pengetahuan atau minimnya literasi digital tentang penggunaan E-commerce dalam mendukung aktivitas jual beli mereka. Namun, terdapat juga beberapa pelaku UMKM yang kami temui telah mahir dalam menggunakan E-commerce. Mereka kebanyakan menerangkan mulai menggunakan E-commerce sejak adanya pandemi covid-19.

Menurut penelitian (Nadiyah Husniyah, dkk, 2023), tingkat literasi digital pelaku UMKM di Jawa Barat berada di tingkat tinggi dengan jenis usaha yang memiliki tingkat literasi yang paling tinggi, yakni jenis usaha jasa. Dan hasil penelitian Yohanes Wisnu Djati Sasmito (2021),

Hasil menunjukkan rata-rata skor secara agregat tingkat literasi digital dari pengusaha Mikro dan Kecil (UMK) di kota Semarang sebesar 79,81%.

## 2. Hambatan dan Tantangan yang Dihadapi oleh UMKM di Pasar Sentral Kota Medan dalam Mengadopsi dan Memanfaatkan E-commerce

Alasan para pedagang memilih untuk tidak memanfaatkan E-commerce adalah karena kebanyakan dari mereka tidak ingin ribet atau mengalami kesusahan saat menggunakan platform E-commerce tersebut. Mereka beranggapan lebih nyaman berjualan secara konvensional dan menilai omset yang mereka dapatkan juga lebih besar. Selain itu, hambatan dan tantangan lainnya seperti kurangnya pengetahuan akan teknologi yang dimana membuat mereka kesulitan dalam melayani pembeli nantinya jika berjualan secara online.

Adapun hasil penelitian Isalman dkk (2022) menerangkan bahwa hambatan teknis, hambatan keuangan, hambatan hukum dan peraturan menjadi faktor pengambat adopsi ecommerce pada UMKM di kota Kendari. Menurut Bintang Stania (2018) ada 4 hambatan yang dialami oleh pelaku UMKM dalam mengadopsi e-commerce yaitu kurangnya SDM, keterbatasan finansial, keterbatasan waktu dan kurangnya pengetahuan atau sumber informasi mengenai e-commerce.

Menurut (Mun Yah Zahiroh, 2022) menerangkan bahwa dari analisis peluang dan tantangan transformasi digital dapat dirumuskan strategi : 1) pelatihan adopsi teknologi pada UMKM harus terus dilakukan; 2) UMKM harus mengikuti tren pemasaran online misalnya Tiktok; 3) Literasi informasi program bantuan pemerintah kepada UMKM dan literasi digital harus semakin disosialisasikan; 4) UMKM harus mulai memasuki Global E-Commerce yang banyak digunakan masyarakat global yang diiringi dengan perbaikan kualitas produk sesuai standar ekspor.

### **3. Manfaat yang Dapat Diperoleh Oleh UMKM di Pasar Sentral Kota Medan Melalui Peningkatan Literasi Digital Dalam Penggunaan E-commerce**

Manfaat yang diperoleh dari beberapa UMKM yang telah ditemui misalnya seperti ada beberapa pedagang yang menolak tapi mereka juga merasa berterima kasih atas sosialisasi tentang literasi digital pemanfaatan E-commerce yang telah disampaikan. Mereka menyampaikan meskipun saat ini menolak karena berbagai hal atau hambatan, tapi tidak menutup kemungkinan di kemudian hari mereka akan mencoba menggunakan platform E-commerce jika diperlukan. Sedangkan pada toko atau pedagang yang menerima kedatangan kami untuk melakukan literasi digital. Mereka mendapatkan manfaat dari pengetahuan tentang pemanfaatan E-commerce dalam memajukan penjualannya. Selain itu juga, kami berhasil membuat toko online di platform E-commerce Shopee dari dagangan penjual tersebut. Dan kami berharap dengan adanya toko online tersebut dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar dari pedagang UMKM tersebut.

### **4. Implementasi Strategi Edukasi Literasi Digital yang Efektif untuk Membantu UMKM di Pasar Sentral Kota Medan dalam Mengatasi Hambatan dalam Penggunaan E-commerce**

Dalam tahap implementasi ini, kami melakukan survei terlebih dahulu dan telah menemukan 1 toko atau pedagang yang menerima kedatangan kami untuk melakukan literasi digital tentang pemanfaatan E-commerce yang bernama “Jenna Batik”. Jenna Batik merupakan toko yang menjual produk pakaian yang berkategori pakaian wanita, set wanita. Jenna batik berlokasi di pasar Sentral, jalan pusat, pusat pasar, Medan Kota (Lt 3 No. 299, 300, 301), Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara, ID 20212. Nama pemilik toko yaitu Anggi dan memiliki 2 orang anggota. Toko tersebut beroperasi mulai pukul 08.00-17.00 WIB.

Dalam kurun waktu 1 bulan melakukan edukasi literasi digital yang efektif untuk UMKM Jenna Batik dalam mengatasi penggunaan E-commerce, kami melakukan 4x pertemuan pada

setiap minggunya. Berikut merupakan rincian kegiatan yang kami lakukan pada setiap pertemuan.

**a. Minggu pertama**

Dalam minggu pertama kami melakukan survey terlebih dahulu. Kriteria yang kami berikan sebelum melakukan literasi yaitu, apakah pengguna UMKM mengetahui tentang E-Commerce, apakah pengguna UMKM menggunakan E-Commerce sebelumnya, apakah pengguna UMKM bersedia jika dilakukan literasi kepada tokonya dan pertanyaan lainnya meliputi kegiatan apa yang akan kami laksanakan.

Setelah menyusuri beberapa toko, kami mendapati toko yang akan kami lakukan literasi yaitu Jenna Batik.



**Gambar 1.** Nama Toko: Jenna Batik

**b. Minggu Kedua**

Pada minggu kedua kami melakukan literasi digital dan tahap pembuatan akun E-Commerce. Pada tahap ini kami mendaftarkan toko tersebut ke dalam akun Shopee. Literasi digital kami lakukan kepada pengguna UMKM dengan menjelaskan di era ini semua hal dikaitkan dengan digital termasuk jual beli, maka untuk itu pengguna UMKM juga

diharuskan untuk mengikuti zaman dengan melakukan transaksi jual beli melalui sistem digital/online atau yang sering kita sebut sebagai E-Commerce.

Pada tahap pembuatan akun tentunya kami memerlukan data-data terlebih dahulu seperti nama toko, email, nomor telepon, alamat toko, jenis toko dan sebagainya. Dalam proses penguploadan produk toko ke aplikasi Shopee juga kami menggunakan deskriptif yang bagus dan jelas sehingga pembeli tertarik melakukan pembelian di aplikasi E-Commerce tersebut.



**Gambar 2 . Tahap pembuatan akun E-Commerce**

**c. Minggu Ketiga**

Dalam tahap ini kami membantu membuat laporan keuangan toko tersebut. Seharusnya kami membuat laporan keuangan hasil jual beli di E-Commerce, dikarenakan belum adanya transaksi jual beli maka kami membuat laporan keuangan toko konvensional.

Kami membantu membuat laporan laba rugi dari pendapatan dan pengeluaran toko tersebut dalam kurun waktu satu bulan.

Pertama kami meminta terlebih dahulu laporan jualan harian, pengeluaran setiap bulannya seperti sewa, listrik, beban gaji dan lainnya. Pada pembuatan laporan keuangan ini kami membutuhkan waktu seminggu untuk mendapatkan satu bulan kegiatan penjualan.

Berikut table 1 merupakan tabel pengeluaran toko tersebut setiap bulannya.

**Tabel 1.** Pengeluaran Toko per Bulan (Rupiah)

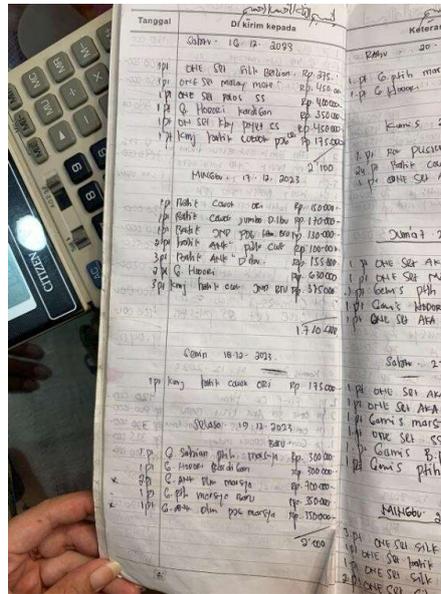
|                    |           |                 |
|--------------------|-----------|-----------------|
| Beban Gaji         | Rp        | 1.850,000       |
| Beban Sewa         | Rp        | 1.650,000       |
| Beban Listrik      | Rp        | 600,000         |
| Beban lain lain    | Rp        | 90,000          |
| <b>Total Beban</b> | <b>Rp</b> | <b>4.190,00</b> |

Dalam tahap ini kami juga melakukan monitoring terhadap akun E-Commerce. Namun belum dilakukan aktivitas penjualan di akun tersebut. Lalu kami melakukan promosi untuk meningkatkan efektivitas penjualan E-Commerce toko tersebut melalui instagram pemilik toko.

#### **d. Minggu Keempat**

Pada minggu terakhir kami melakukan evaluasi hasil penjualan dan melakukan perbandingan kegiatan penjualan offline dan online. Namun dikarenakan jangka waktu setelah dibuatnya E-Commerce masih terbilang pendek maka penjualan offline lebih banyak memperoleh keuntungan. Selain itu juga kami melanjutkan kegiatan pembuatan laporan keuangan.

Berikut merupakan beberapa laporan jualan harian toko Jenna Batik :



**Gambar 3.** Laporan Penjualan Harian Toko Jenna Batik

Setelah mendapatkan laporan jualan harian selama satu bulan, kami menginput data tersebut ke dalam microsoft excel.

**Tabel 2.** Laporan Kas Masuk Jenna Batik Per Desember 2023

| Tanggal    | Keterangan              | Debit      |
|------------|-------------------------|------------|
| 01/12/2023 | Kemeja Lapis Pendek     | Rp 150,000 |
|            | One Set kebaya coklat   | Rp 450,000 |
|            | kebaya coklat           | Rp 210,000 |
| 02/12/2023 | One set aka moldy       | Rp 450,000 |
|            | One Set aka wiron       | Rp 385,000 |
|            | One set aka payet leher | Rp 450,000 |
|            | G. hodori               | Rp 600,000 |
|            | one set aka moldy       | Rp 450,000 |
|            | one set lilit wiron     | Rp 450,000 |

|            |  |            |
|------------|--|------------|
|            | one set aka miring                           | Rp 450,000 |
|            | one set aka miring                           | Rp 450,000 |
|            | one set aka miring                           | Rp 450,000 |
| 03/12/2023 | G hodori sabian                              | Rp 300,000 |
|            | one set mose pendek depan                    | Rp 450,000 |
|            | one set mose pendek depan                    | Rp 450,000 |
|            | one set mose pendek depan                    | Rp 450,000 |
|            | one set aka siput merah                      | Rp 450,000 |
|            | one set aka siput hitam                      | Rp 450,000 |
| 04/12/2023 | one set aka siput payet                      | Rp 450,000 |
|            | one set aka siput payet                      | Rp 450,000 |
|            | one set aka siput pendek depan               | Rp 450,000 |
|            | one set aka mose panjang<br>depan            | Rp 450,000 |
| 05/12/2023 | kebaya pendek tile maroon dan<br>rok prisket | Rp 250,000 |
|            | batik cowok ori                              | Rp 175,000 |
|            | one set silk berlian                         | Rp 250,000 |
|            | one set siput                                | Rp 460,000 |
| 07/12/2023 | one set siput                                | Rp 450,000 |
|            | gamis sabyan                                 | Rp 350,000 |
| 08/12/2023 | one set sisena                               | Rp 430,000 |
|            | blus waka polos                              | Rp 150,000 |
|            | one set mose aka melayu                      | Rp 450,000 |
|            | one siput                                    | Rp 450,000 |
|            | one set wiron rok polos                      | Rp 375,000 |
| 09/12/2023 | one set siput                                | Rp 450,000 |
|            | one set kimono                               | Rp 390,000 |
|            | one set aka melayu                           | Rp 450,000 |
| 10/12/2023 | one set aka melayu                           | Rp 450,000 |
|            | one set wiron                                | Rp 400,000 |
|            | gamis rini merah                             | Rp 350,000 |
|            | batik jumbo                                  | Rp 100,000 |
| 11/12/2023 | gamis anak                                   | Rp 335,000 |
| 12/12/2023 | G hodori                                     | Rp 330,000 |
|            | gaun anak dalam jumbo                        | Rp 350,000 |
|            | one set ss karet                             | Rp 400,000 |
|            | blus waka polos                              | Rp 150,000 |

|            |                                 |              |
|------------|---------------------------------|--------------|
| 13/12/2023 | Kemeja batik cewe hitam         | Rp 130,000   |
|            | gamis hodori melayu             | Rp 320,000   |
|            | one aka siput                   | Rp 450,000   |
|            | one set rok ss rok polos        | Rp 390,000   |
|            | gamis hodori melayu             | Rp 325,000   |
|            | gamis hodori bunga kecil        | Rp 300,000   |
| 15/12/2023 | Gamis putih sabian              | Rp 500,000   |
|            | one set mose siput              | Rp 450,000   |
| 16/12/2023 | One set silk berlian            | Rp 275,000   |
|            | one set malay mose              | Rp 450,000   |
|            | one set polos ss                | Rp 400,000   |
|            | gaun hodori cardigan            | Rp 350,000   |
|            | one set kebaya polos            | Rp 450,000   |
| 17/12/2023 | Batik anak pendek cewek         | Rp 100,000   |
|            | gaun hodori                     | Rp 315,000   |
|            | gaun hodori                     | Rp 315,000   |
|            | batik anak                      | Rp 155,000   |
| 18/12/2023 | Kemeja batik cowok ori          | Rp 175,000   |
| 19/12/2023 | gamis sabian putih marsya       | Rp 300,000   |
|            | gamis hodori cardigan           | Rp 300,000   |
|            | gamis anak dalam marsya         | Rp 700,000   |
|            | gamis pdh marsya baru           | Rp 350,000   |
|            | gamis anak dalam panjang marsya | Rp 350,000   |
| 20/12/2023 | gamis putih marsya              | Rp 300,000   |
|            | gamis hodori lurus              | Rp 300,000   |
| 21/12/2023 | rok plisket                     | Rp 65,000    |
|            | batik cowok dan ibu             | Rp 1.215,000 |
|            | one set aka pendek depan mode   | Rp 450,000   |
| 22/12/2023 | one set aka baru kolong         | Rp 450,000   |
|            | one set malay mode              | Rp 450,000   |
|            | gamis putih marsya baru         | Rp 300,000   |
|            | Gamis Hodori Putih Baru         | Rp 325,000   |
|            | one set aka malay               | Rp 450,000   |
| 23/12/2023 | one set aka malay               | Rp 450,000   |
|            | one set aka pendek depan mode   | Rp 450,000   |

|            |                                 |    |         |
|------------|---------------------------------|----|---------|
|            | gamis marsya                    | Rp | 300,000 |
|            | one set ss batik ban karet      | Rp | 400,000 |
|            | gamis b. pintu ss               | Rp | 350,000 |
|            | gamis putih marsya              | Rp | 300,000 |
| 24/12/2023 | one set silk hm berlian         | Rp | 750,000 |
|            | one set mote siput              | Rp | 350,000 |
|            | one set silk hm berlian         | Rp | 350,000 |
|            | one set silk denim berlian      | Rp | 500,000 |
|            | gamis hodori putih baru         | Rp | 325,000 |
| 25/12/2023 | gamis hodori                    | Rp | 300,000 |
|            | one set aka malay               | Rp | 450,000 |
|            | one set aka mose                | Rp | 450,000 |
|            | gamis hodori malay              | Rp | 320,000 |
|            | gamis putih marsya              | Rp | 300,000 |
|            | one set waka batik              | Rp | 450,000 |
|            | gamis batik masya               | Rp | 300,000 |
|            | one set mose malay aka          | Rp | 450,000 |
| 26/12/2023 | gamis putih marsya              | Rp | 300,000 |
|            | gamis hodori kuping samping     | Rp | 320,000 |
|            | one set AKA payet               | Rp | 450,000 |
|            | gamis putih masrya              | Rp | 300,000 |
|            | gamis putih masrya              | Rp | 310,000 |
|            | one set AKA kalung mose biru    | Rp | 900,000 |
|            | one set AKA kalung mose biru    | Rp | 900,000 |
|            | gamis hodori kuping malay biru  | Rp | 325,000 |
|            | one set berlian silk            | Rp | 250,000 |
|            | one set berlian silk            | Rp | 250,000 |
| 27/12/2023 | gamis hodori                    | Rp | 325,000 |
|            | blous bobo                      | Rp | 150,000 |
|            | gamis hodori malay kuping       | Rp | 300,000 |
|            | one set bobo mose               | Rp | 450,000 |
|            | gamis anak dalam marsya panjang | Rp | 375,000 |
|            | gamis anak dalam marsya panjang | Rp | 350,000 |
|            | gamis anak dalam marsya         | Rp | 350,000 |

|            |                                   |            |
|------------|-----------------------------------|------------|
|            | panjang                           |            |
|            | gamis marsya terakota polos       | Rp 300,000 |
|            | one set silk berlian              | Rp 250,000 |
|            | one set AKA mose                  | Rp 450,000 |
|            | gamis marsya seruti               | Rp 350,000 |
| 29/12/2023 | gamis anak dalam lidya            | Rp 350,000 |
|            | one set AKA siput Mose            | Rp 450,000 |
|            | one set AKA kalung mose biru      | Rp 450,000 |
| 30/12/2023 | one set mose siput AKA            | Rp 450,000 |
|            | gamis putih lidya                 | Rp 300,000 |
|            | one set berlian silk              | Rp 500,000 |
|            | one set AKA muse kalung           | Rp 450,000 |
| 31/12/2023 | one set ss polos kebaya           | Rp 400,000 |
|            | gamis anak dalam lidya            | Rp 350,000 |
|            | gamis anak dalam lidya            | Rp 350,000 |
|            | gamis sopian ss                   | Rp 350,000 |
|            | one set AKA mose panjang belakang | Rp 450,000 |

Kemudian setelah itu membuat laporan laba rugi. Laporan laba rugi dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

**Tabel 3.** Laporan Laba Rugi Jenna Batik Per Desember 2023

|                    |               |                      |
|--------------------|---------------|----------------------|
| <b>Pendapatan</b>  |               |                      |
| Penjualan          | Rp 51.145,000 | <b>Rp 51.145,000</b> |
| <b>Beban Usaha</b> |               |                      |
| Beban Gaji         | Rp 1.850,000  |                      |
| Beban Sewa         | Rp 1.650,000  |                      |
| Beban Listrik      | Rp 600,000    |                      |
| Beban lain lain    | Rp 90,000     |                      |
| Total Beban        |               | <b>Rp 4.190,000</b>  |
| Laba Kotor         |               | Rp 46.955,000        |



**Gambar 4.** Foto Bersama dengan Penjual Jenna Batik

Di akhir kegiatan, kami melakukan foto bareng dengan penjual di Jenna Batik. Dapat dilihat pada gambar 4 di atas.

#### **D. Simpulan**

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah laporan mengenai bagaimana kegiatan kami selama 4 minggu di Pasar Sentral Kota Medan, tentang literasi digital pemanfaatan e-commerce bagi para UMKM. Hasil yang didapat adalah masih terdapat banyak para pelaku UMKM yang tidak paham atau tidak menggunakan platform e-commerce dalam berjualan. Namun terdapat juga beberapa pedagang yang telah menggunakan e-commerce.

Dari hasil literasi digital yang telah kami lakukan, kami berhasil membantu salah satu pedagang yang mempunyai toko yaitu toko jenna batik yang menjual pakaian wanita. Disini kami telah membantu membuat akun shopee dan juga laporan keuangan dari toko tersebut. Setelah kami juga membandingkan penjualan secara online dan

offline. Dan kami dapatkan bahwa penjualan secara offline atau berjualan di toko secara langsung di pasar sentral masih memberikan keuntungan yang lebih besar.

#### **E. Daftar Pustaka**

Bintang Stania, (2018), Hambatan UMKM dalam Mengadopsi E-Commerce, <https://bintangstania.wordpress.com/2018/03/25/hambatan-ukm-dalam-mengadopsi-e-commerce/>

Databoks, (2023), Penetrasi Internet di Asia Tenggara (Juli 2022), <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/06/penetrasi-internet-indonesia-peringkat-ke-8-di-asean-siapa-teratas#:~:text=Silakan%20login%20untuk%20mengakses%20informasi%20ini.&text=Menurut%20data%20Internet%20World%20Stats,%2C3%25%20per%20Juli%202022.>

Isalman dkk (2022), Eksplorasi Faktor Pendukung dan Penghambat Adopsi E-commerce pada UMKM di Kota Kendari, JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.11, NO.2, NOVEMBER 2022.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia, (2022), Memanfaatkan E-Commerce Dengan Benar, [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html#:~:text=Electronic%20Commerce%20atau%20e%2Dcommerce,sarana%20media%20elektronik%20\(internet\).](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html#:~:text=Electronic%20Commerce%20atau%20e%2Dcommerce,sarana%20media%20elektronik%20(internet).)

Kisthi Hanila Dewi, (2022), Peran Literasi Digital dan E- Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online, Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 13 No 3, November 2022.

Nadiyah Husniyah, dkk, (2023), Analisis Tingkat Literasi Digital UMKM di Jawa Barat, Economics and Digital Business Review, Volume 4 Issue 1 (2023) Pages 845 – 868.

Nancy Tangguh Marlina Sianipar, (2023), Hubungan Literasi Digital dengan Keputusan Belanja Online, Jurnal Administrasi Bisnis Volume 12, Issue 2, September 2023.

Morgan Stanley. (2022). Digital 2022: Another Year of Bumper Growth. We Are Social. Stanley Morgan. We Are Social.(n.d.).

Mun Yah Zahiroh, (2022), Peluang Dan Tantangan Transformasi Digital Umkm Di Indonesia Pasca Pandemi Covid-19, Jounal of Economics and Social Sciences (JESS) Vol. 1 No. 2 Juli - Desember 2022 : 124-133.

*Oktafiana Damayanti, (2021), Pengaruh Literasi Digital Terhadap Tingkat Penggunaan E-Commerce Pada UMKM di Di Indonesia (Studi Pada UMKM Kayungyun Malang), Prosiding National Seminar on Accounting, Finance and Economic (NSAFE), Vol 1 No.8 (2021).*

Pusdiklat Aparatur Pedagangan, (2017), E-Commerce, <https://pusdiklat.kemendag.go.id/v2019/article/e-commerce#:~:text=Dengan%20adanya%20e%2Dcommerce%20memungkinkan,mencakup%20pasar%20yang%20lebih%20luas.>

Yohanes, (2021), Analisis Tingkat Literasi digital dan Penerapan E-commerce pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Semarang, JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan Vol.4 No.1, April 2021.

Y.L.R Rehatalanit, (2021), Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma.