



Transformasi Sosial melalui Digitalisasi Usaha: Pelatihan E-Commerce Bagi Pelaku Usaha Keripik Keladi Kartika

Social Transformation through Business Digitalization: E-Commerce Training for Keladi Kartika Chips Businesses

Melda Agnes Manuhutu^{1*}, Natasya Virginia Leuwol², Agustina³, Elisabeth⁴,
Boyke⁵, Ferdynand⁶, Sakarias⁷, Lulu Jola Uktolseja⁸

¹⁻⁸Universitas Victory Sorong, Indonesia

Email: melda.a.manuhutu@gmail.com, natasya.leuwol@gmail.com, lulujola39@gmail.com

Article History:

Received: Juli 02, 2025;

Revised: Juli 16, 2025;

Accepted: Juli 31, 2025;

Published: Agustus 02, 2025

Keywords: Digitalisasi Usaha, E-Commerce, Keripik Keladi Kartika, Pelatihan UMKM, Transformasi Sosial

Abstract: The social transformation that has occurred in the digital era has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adapt to developments in information technology to increase competitiveness and expand market reach. One form of this adaptation is the use of e-commerce platforms as a means of marketing and managing their businesses online. This community service activity aims to empower the Kartika Taro Chips MSME through the introduction and implementation of an e-commerce platform based on Odoo.com, an integrated Enterprise Resource Planning (ERP) system. This activity was carried out by students of the Information Systems Study Program, Faculty of Computer Science, Victory University Sorong, with the assistance of lecturers from the Information Systems and Sociology fields. The training method includes several stages, namely: the stage of material preparation and analysis of participant needs, the implementation of a workshop that includes the installation and configuration of Odoo.com, and the post-training mentoring stage to ensure the sustainability and independence of participants in managing their online stores. The results of the training showed that participants were not only able to build and manage online stores independently, but also understood the basic concepts of ERP systems and experienced a significant increase in digital literacy. From a sociological perspective, this activity reflects a technology-driven social transformation process, where MSMEs are actively expanding their social networks through digital spaces and increasing their involvement in the digital economy. This demonstrates that integrating technological and social approaches can be a relevant MSME empowerment model in local contexts. Overall, this training has had a positive impact on strengthening MSMEs' digital capacity and opening up new opportunities for sustainable business development in the era of digital transformation.

Abstrak

Transformasi sosial yang terjadi dalam era digital telah mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi guna meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah pemanfaatan platform e-commerce sebagai sarana pemasaran dan pengelolaan usaha secara daring. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM Keripik Keladi Kartika melalui pengenalan dan penerapan platform e-commerce berbasis Odoo.com, sebuah sistem Enterprise Resource Planning (ERP) yang terintegrasi. Kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Victory Sorong, dengan pendampingan dosen dari bidang Sistem Informasi dan Sosiologi. Metode pelatihan meliputi beberapa tahap, yaitu: tahap persiapan materi dan analisis kebutuhan peserta, pelaksanaan workshop yang mencakup instalasi dan konfigurasi Odoo.com, serta tahap pendampingan pasca pelatihan guna memastikan keberlanjutan dan kemandirian peserta dalam mengelola toko daring mereka. Hasil pelatihan

12

menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mampu membangun dan mengelola toko online secara mandiri, tetapi juga memahami konsep dasar sistem ERP serta mengalami peningkatan literasi digital secara signifikan. Dari perspektif sosiologis, kegiatan ini mencerminkan adanya proses transformasi sosial berbasis teknologi di mana pelaku UMKM mulai aktif memperluas jejaring sosial mereka melalui ruang digital dan meningkatkan keterlibatan dalam ekonomi digital. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi pendekatan teknologi dan sosial dapat menjadi model pemberdayaan UMKM yang relevan dalam konteks lokal. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap penguatan kapasitas digital UMKM dan membuka peluang baru dalam pengembangan usaha yang berkelanjutan di era transformasi digital.

Kata Kunci: Transformasi sosial, Digitalisasi usaha, Pelatihan, E-Commerce.

1. PENDAHULUAN

Transformasi sosial dalam masyarakat modern tidak dapat dilepaskan dari pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Manuhuttu dkk., 2022). Salah satu wujud nyata dari transformasi ini tampak dalam sektor ekonomi mikro, di mana pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mulai dituntut untuk mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan daya saing dan eksistensi usaha (Manuhutu dkk., 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa perubahan sosial tidak hanya terjadi dalam struktur sosial, tetapi juga dalam pola interaksi ekonomi dan sistem produksi masyarakat.

Toko Usaha Keripik Keladi Kartika yang berlokasi di Jalan Madukoro, Kota Sorong, merupakan contoh UMKM tradisional yang mengalami tantangan dalam menjawab dinamika perubahan tersebut. Berdiri sejak tahun 1991, usaha ini telah mempertahankan kualitas produknya melalui inovasi sederhana seperti penggunaan alat penggorengan semi-otomatis dan kemasan kedap udara. Namun, dari sudut pandang sosiologi ekonomi, keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital membuat usaha ini belum sepenuhnya mampu mengakses jaringan sosial ekonomi yang lebih luas.

Dalam konteks masyarakat yang semakin terdigitalisasi, pelaku usaha tradisional berisiko mengalami marginalisasi jika tidak mampu mengikuti arus perubahan (Nosratabadi dkk., 2023).. Oleh karena itu, pelatihan e-commerce berbasis Odoo.com menjadi penting sebagai strategi pemberdayaan sosial-ekonomi (Fahurian dkk., 2024; Saraswati et al., 2024). Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai alat penjualan digital, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan sosial baru dengan konsumen, komunitas, dan pasar yang lebih luas (Lindiawati dkk., 2023). Dengan pelatihan ini, pelaku usaha diharapkan mampu meningkatkan literasi digital, memperluas jejaring sosial ekonomi, serta mempercepat proses adaptasi terhadap perubahan struktural di Masyarakat.

Transformasi digital seperti ini juga mencerminkan nilai-nilai penting dalam sosiologi, seperti mobilitas sosial, partisipasi masyarakat, dan redistribusi akses terhadap sumber daya teknologi. Pelatihan ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat posisi sosial UMKM lokal dalam struktur masyarakat

digital yang terus berkembang.

2. METODE PENELITIAN

Pelatihan e-commerce berbasis platform Odoo.com bagi pelaku usaha Keripik Keladi Kartika dirancang untuk mendorong transformasi sosial melalui adaptasi teknologi digital. Kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Victory Sorong. Pelaksanaan kegiatan ini juga didampingi oleh dosen sebagai bentuk kolaborasi multidisipliner yang mendukung pendekatan teknologi dan sosial secara seimbang dalam proses pendampingan UMKM.

Metode pelaksanaan kegiatan ini dibagi ke dalam tiga tahap utama: persiapan, pelatihan inti, dan evaluasi serta tindak lanjut. Pendekatan yang digunakan menggabungkan metode partisipatif, pendekatan praktik langsung (hands-on), serta pendampingan sosial berbasis kebutuhan komunitas.

A. Tahap Persiapan

a) Identifikasi dan Rekrutmen Peserta

Melakukan Melakukan pendataan calon peserta pelatihan, khususnya UMKM Keripik Keladi Kartika yang menunjukkan ketertarikan mengembangkan toko online berbasis sistem ERP. Pendekatan dilakukan melalui wawancara informal dan survei singkat agar sesuai dengan pendekatan sosiologis berbasis kebutuhan komunitas.



Gambar 1. Survei ke lokasi Mitra

b) Koordinasi dan Perizinan

Berkoordinasi dengan pemilik usaha guna memastikan kelancaran kegiatan. Ini mencerminkan pentingnya jejaring sosial dalam pelaksanaan program berbasis masyarakat.

c) Penyusunan Materi Pelatihan

Materi disusun secara tematik dan progresif, mencakup:

1. Konsep dasar transformasi digital dalam UMKM
2. Pengenalan sistem ERP dan platform Odoo.com
3. Instalasi dan konfigurasi modul Website dan E-Commerce
4. Manajemen produk, pesanan, dan tampilan toko digital
5. Instalasi dan Uji Coba Sistem

Tim pelaksana menyiapkan tahapan untuk instalasi platform Odoo serta melakukan uji coba fungsionalitas sebelum pelatihan.

B. Tahap Pelatihan Inti

Pelatihan dilakukan dalam bentuk workshop interaktif tatap muka selama satu hari, menggunakan metode praktik langsung (learning by doing) dan diskusi kelompok kecil. Materi difokuskan pada aspek aplikasi praktis dan sosial dari penggunaan teknologi digital.

a. Pengenalan Teori dan Konteks Sosial

- 1) Penjelasan singkat tentang konsep e-commerce dan peranannya dalam perubahan sosial UMKM
- 2) Pengenalan fitur dan antarmuka Odoo sebagai sistem ERP yang terintegrasi
- 3) Praktik Penggunaan Odoo

Peserta dipandu untuk:

1. Mengakses dan memahami dashboard Odoo
2. Mengaktifkan dan mengelola modul E-Commerce
3. Menambahkan dan mengelola produk, harga, dan deskripsi
4. Mendesain tampilan toko online secara sederhana
5. Mensimulasikan proses pemesanan dan pembayaran
6. Diskusi dan Refleksi Sosial

Di akhir sesi, dilakukan diskusi terbuka untuk mengevaluasi persepsi peserta terhadap teknologi, tantangan sosial yang dihadapi, serta dampaknya terhadap usaha mitra.

4) Evaluasi dan Tindak Lanjut

a. Evaluasi Hasil Pelatihan

Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung saat praktik dan diskusi akhir sesi, untuk mengukur pemahaman teknis dan respons sosial terhadap digitalisasi usaha.

b. Pendampingan Pasca Pelatihan

Untuk menjamin keberlanjutan hasil pelatihan, tim pelaksana menyediakan sesi pendampingan daring mingguan selama satu bulan. Peserta dapat berkonsultasi secara aktif untuk mengatasi kendala penggunaan dan pengembangan toko online mitra

c. Penyusunan Laporan dan Publikasi

Tim menyusun laporan akhir yang berisi dokumentasi kegiatan, analisis hasil pelatihan, serta rekomendasi sosiologis untuk pengembangan UMKM berbasis teknologi. Hasil kegiatan juga diarahkan untuk publikasi dalam bentuk artikel atau jurnal pengabdian masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan E-Commerce berbasis Odoo.com telah dilaksanakan dengan lancar sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kegiatan ini melibatkan pelaku usaha UMKM Keripik Keladi Kartika, mahasiswa, serta masyarakat umum yang memiliki minat dalam membangun toko online secara mandiri. Kegiatan berlangsung selama satu hari penuh dalam format workshop interaktif, yang terbagi atas sesi teori dan praktik langsung.

Adapun hasil konkret dari pelaksanaan kegiatan ini meliputi:

1. Pembuatan Toko Online Berbasis Odoo

Tim pelaksana bersama peserta berhasil membangun toko online menggunakan modul Website dan E-Commerce pada platform Odoo, yang dapat diakses dan dimodifikasi secara mandiri oleh peserta.



Gambar 2. Pembuatan Toko Online bagi Mitra

2. Kemampuan Peserta dalam Mengelola Sistem

Sebagian besar peserta (85%) mampu mengoperasikan sistem dengan baik, termasuk melakukan:

- a) Konfigurasi produk dan pengelolaan stok
- b) Pembuatan kategori dan pengaturan tampilan toko

16

c) Simulasi transaksi mulai dari pemesanan, checkout, hingga konfirmasi pembayaran.

3. Pemahaman Dasar ERP dan Digitalisasi UMKM

Peserta memahami fungsi dasar sistem ERP (Enterprise Resource Planning) dan pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan jangkauan usaha kecil.

4. Pendampingan Pasca Pelatihan

Kegiatan ini dilanjutkan dengan pendampingan guna mengetahui perkembangan penggunaan teknologi.



Gambar 3. Pendampingan Pasca Pelatihan

Berdasarkan hasil yang diperoleh, pelatihan ini menunjukkan bahwa platform Odoo.com efektif diaplikasikan dalam konteks UMKM. Sifatnya yang modular, open source, dan terintegrasi memudahkan peserta memahami hubungan antar proses bisnis secara menyeluruh—mulai dari pengelolaan produk hingga transaksi konsumen. Hal ini mendukung pergeseran UMKM dari pendekatan konvensional menuju sistem bisnis digital yang lebih profesional dan efisien.

Dari perspektif sosiologi, pelatihan ini mencerminkan proses transformasi sosial melalui adaptasi teknologi dalam masyarakat. Perubahan terjadi tidak hanya pada cara berjualan, tetapi juga pada pola interaksi pelaku usaha dengan konsumen, jaringan sosial digital, serta pola distribusi informasi dan promosi. Namun demikian, pelatihan ini juga menghadapi beberapa tantangan:

- a) Tingkat literasi digital yang bervariasi di antara peserta menyebabkan perlunya pendekatan pelatihan yang fleksibel dan berbasis kelompok.
- b) Kendala teknis, seperti koneksi internet yang tidak stabil dan ketidaksiapan perangkat pribadi, menjadi hambatan bagi sebagian peserta dalam praktik online.
- c) Konsep ERP masih merupakan hal baru bagi beberapa peserta, sehingga diperlukan waktu dan pendekatan yang lebih komunikatif untuk menjelaskannya.

Sebagai respons terhadap kendala tersebut, tim pelaksana memberikan modul pembelajaran tambahan dan video tutorial yang dapat diakses secara mandiri oleh peserta. Ini menjadi

bagian dari strategi pemberdayaan masyarakat non-teknis agar tetap dapat mengakses dan mengelola teknologi yang relatif kompleks secara bertahap.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa digitalisasi UMKM sangat memungkinkan, bahkan di kalangan pelaku usaha yang sebelumnya belum familiar dengan teknologi digital, asalkan diberikan pendampingan dan pelatihan yang tepat.

Transformasi ini juga menjadi cerminan pentingnya sinergi antara teknologi dan pembangunan sosial berbasis komunitas lokal.

4. KESIMPULAN

Pelatihan E-Commerce berbasis Odoo.com yang dilaksanakan dalam kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan literasi digital dan kemampuan teknis pelaku UMKM dalam membangun dan mengelola toko online secara mandiri. Melalui pendekatan kombinatif antara teori dan praktik langsung, peserta mampu memahami konsep dasar e-commerce, serta mengoperasikan modul-modul penting dalam Odoo seperti manajemen produk, pengelolaan toko online, dan simulasi transaksi penjualan.

Pelatihan ini membuktikan bahwa digitalisasi usaha berbasis platform open source seperti Odoo sangat memungkinkan diterapkan di kalangan pelaku usaha kecil, asalkan didukung oleh pelatihan yang terstruktur dan pendampingan yang tepat. Kendala yang dihadapi, seperti perbedaan tingkat literasi teknologi dan keterbatasan jaringan internet, berhasil diatasi dengan penyediaan materi tambahan dan konsultasi daring pasca pelatihan.

Dari sudut pandang sosiologis, kegiatan ini menjadi contoh nyata bagaimana teknologi digital dapat menjadi agen perubahan sosial dalam komunitas lokal. Pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong perubahan cara pandang pelaku usaha terhadap pemanfaatan teknologi sebagai alat pengembangan ekonomi.

Dengan terselenggaranya kegiatan ini, diharapkan peserta mampu terus mengembangkan usaha mitra secara digital, serta menjadi pelaku UMKM khususnya Unit Usaha Keripik Keladi Kartika yang tanggap dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat berpotensi menghasilkan dampak sosial yang positif, khususnya dalam mendorong kemandirian ekonomi dan pembangunan komunitas berbasis teknologi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Pelaku usaha

Keripik Keladi Kartika, yang telah membuka ruang kolaborasi dan menjadi mitra pembelajaran yang aktif dalam proses digitalisasi usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M., & Susanto, H. (2022). Digital entrepreneurship sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Berkelanjutan*, 3(2), 66–72.
- Fahurian, F., Yunita, H. D., Zuhri, K., Ikhwan, A., & Hartanto, M. B. (2024). Peningkatan literasi digital dan penggunaan teknologi open-source untuk UMKM di era transformasi digital. *ABDI AKOMMEDIA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4).
- Hakim, L., & Pramudito, A. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan e-commerce berbasis marketplace lokal. *Jurnal Abdimas Mahasiswa*, 2(1), 45–52.
- Hasanah, N., & Fitriani, R. (2024). Pemanfaatan platform Odoo dalam digitalisasi sistem penjualan UMKM. *Jurnal Sistem Informasi dan Komputerisasi*, 5(1), 33–40.
- Kurniawati, D., & Putra, R. A. (2023). Strategi transformasi digital UMKM melalui pemanfaatan teknologi open-source. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 6(2), 78–85.
- Lindiawati, L., Ilham, R., Supriyanto, H., Wulandari, D. A., & Renzina, Y. D. (2023). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan digital literacy UMKM Rusunawa Wonorejo, Surabaya. *Jurnal KeDayMas: Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 52–58.
- Manuhuttu, M. A., Uktolseja, L. J., Manurung, T., & Tindagel, J. (2024). Pelatihan teknologi jaringan komputer dan speaking skill pada Usaha Kecil Menengah Sorong. *J-DEPACE (Journal of Dedication to Papua Community)*, 5(2).
- Manuhutu, M. A., Ferdinandus, W., & Uktolseja, L. J. (2025). Rancang bangun e-Government: Transparansi dan pelayanan publik. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2).
- Nosratabadi, S., Atobishi, T., & HegedHus, S. (2023). Social sustainability of digital transformation: Empirical evidence from EU 27 countries. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2305.16088>
- Prasetyo, H., & Anggraini, M. (2024). Peran literasi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Transformasi Sosial Digital*, 1(1), 14–22.
- Ramadhani, A., & Lestari, I. (2023). Digitalisasi UMKM desa melalui penerapan teknologi informasi berbasis open-source. *Jurnal Komunitas Digital*, 4(1), 25–31.
- Saraswati, E., Gulo, W. A., Praditya, R. M., Ilham, D. M., & Wibowo, A. (2024, April 1). Pengembangan sistem penjualan UMKM berbasis web menggunakan Odoo. *Jurnal Jamastika*, 3(1).
- Sari, P., & Darmawan, E. (2023). Pelatihan konten digital bagi UMKM berbasis media sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kreatif*, 1(2), 55–61.
- Widodo, S., & Nugroho, T. (2022). Pelatihan digitalisasi pencatatan keuangan UMKM dengan

aplikasi open-source. Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat, 4(1), 90–98.

Yuliana, R., & Santoso, B. (2023). Transformasi digital dan dampaknya terhadap kinerja UMKM pascapandemi. Jurnal Ekonomi Digital, 2(3), 112–119.