

Strategi Peningkatan Kemampuan Kerja Karyawan Dalam Penggunaan E-Commerce Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Umkm Chokolajit Cililin

Strategies to Increase Employee Employability in the Use of E-Commerce as an Effort to Increase Sales of Chokolajit Cililin MSMEs

Rismayanti Dewi¹, Khusnul Heikal Irsyad²

^{1,2} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

Narahubung: Rismayanti Dewi¹, email: rismayanti10121633@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diajukan: 08/07/2025

Diterima: 12/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:

UMKM, e-commerce, kerja karyawan, strategi peningkatan

A B S T R A K

Di era digital ini, Pemanfaatan teknologi menjadi pilar utama dalam dunia bisnis termasuk bagi sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi pemasaran produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan kemampuan kerja karyawan dalam penggunaan e-commerce untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Chokolajit Cililin. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini pemilik usaha memberikan pelatihan khusus kepada setiap karyawan agar mereka lebih memahami dan menguasai penggunaan e-commerce agar dapat mengelola toko dan memasarkan toko dengan baik, Selain pelatihan pemilik usaha juga memiliki cara lain untuk menjaga dan meningkatkan semangat kerja karyawan seperti memberikan motivasi secara berkala, memberikan reward atau penghargaan di akhir bulan sebagai bentuk apresiasi atas kerja mereka, serta memberikan bonus tambahan saat ada event tertentu.

A B S T R A C T

In this digital era, the use of technology is the main pillar in the business world, including for the MSME sector (Micro, Small and Medium Enterprises) to expand markets and increase product marketing efficiency. This study aims to determine how the strategy of increasing employee work skills in the use of e-commerce to increase sales at Chokolajit Cililin MSMEs. This research uses a qualitative method with a descriptive approach with data collection techniques through interviews, observation and documentation. The results of this study show that business owners provide special training to each employee so that they better understand and master the use of e-commerce so that they can manage the store and market the store properly. In addition to training, business owners also have other ways to maintain and improve employee morale such as providing regular motivation, giving rewards or awards at the end of the month as a form of appreciation for their work, and providing additional bonuses when there are certain events.

Keywords:

MSMEs, e-commerce, employee

performance, improvement

strategies

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e – ISSN: 2656-6362

p – ISSN: 2614-6681

©2025 Proceeding FRIMA, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Di era digital saat ini, teknologi telah menjadi pilar utama dalam dunia bisnis global, mendukung pemahaman yang lebih mendalam, pelayanan yang optimal, serta komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan. Internet berkembang pesat sebagai infrastruktur jaringan yang menghubungkan berbagai aspek bisnis, sementara komputerisasi memungkinkan pemanfaatan sumber daya secara lebih efisien. Dengan konektivitas yang terus-menerus, berbagai aktivitas fisik kini dapat bertransformasi ke dalam bentuk digital. Pertumbuhan ekonomi suatu negara yang menjadi indikator penting dalam perkembangan nasional juga sangat bergantung pada peran strategis UMKM (Widya, 2023).

Kehadiran platform *e-commerce* telah menjadi katalisator bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar secara lebih efektif dan efisien. Melalui pemanfaatan teknologi ini, pelaku usaha kecil kini mampu menembus batasan geografis yang sebelumnya menjadi hambatan dalam strategi pemasaran mereka. *E-commerce* kini berperan vital dalam mendorong daya saing UMKM, tidak hanya sebagai saluran penjualan, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk mengekspansi potensi usaha. Integrasi teknologi digital ke dalam proses pemasaran membuka akses bagi UMKM untuk terlibat lebih aktif dalam dinamika pasar global yang kian terhubung (Oktaviani, 2023).

Dengan berkembangnya pertumbuhan di sektor usaha mikro semakin di butuhkan sumber daya manusia dalam kesempatan peluang kerja hal ini akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat. Penurunan tingkat pengangguran menunjukkan bahwa sektor UMKM semakin aktif merekrut tenaga kerja, yang pada gilirannya mendukung upaya pemerintah dalam menekan angka kemiskinan (Al Farisi, 2022). Keberadaan karyawan dalam suatu perusahaan formal ataupun non formal sangat penting adanya. Karyawan ialah sumber daya manusia (SDM) yang menjadikan sebuah keberhasilan atau tidaknya sistem yang sedang di kerjakan oleh perusahaan untuk menghasilkan sesuatu yang berguna untuk bisnis perusahaan dan masyarakat (Wahyono, 2022).

UMKM Chokolajit Cililin adalah sebuah usaha yang mengelola atau menjual produk Coklat Wajit dengan berbagai macam varian rasa. Produk ini sudah terkenal di beberapa kota sebagai ciri khas oleh-oleh yang unik dan lezat. Salah satu langkah strategis yang di ambil adalah meningkatkan penjualan melalui platform *e-commerce*. Platform ini memungkinkan untuk memperkenalkan produk UMKM Chokolajit dengan lebih efektif, mempermudah transaksi, dan memperluas pasar yang lebih luas lagi. Namun, untuk mewujudkan dalam memperluas penjualan tidak hanya diperlukan dukungan dari teknologi dan sistem yang canggih, tetapi juga kemampuan pada karyawan dan kerja karyawan yang memadai dari para karyawan yang terlibat. Oleh karena itu perlu peningkatan kemampuan karyawan dalam mengelola dan memanfaatkan platform *e-commerce* dengan lebih optimal.

Berdasarkan uraian di atas, penulis terdorong untuk melaksanakan penelitian terkait hal **“Strategi Peningkatan Kemampuan Kerja Karyawan Dalam Penggunaan *E-Commerce* Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Chokolajit Cililin”**

2. Kajian Teori

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan serangkaian proses strategis yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengawasan dalam memperoleh, mengembangkan, mengoptimalkan potensi, mengintegrasikan, memelihara, dan mendistribusikan sumber daya manusia demi tercapainya tujuan individu, organisasi, dan masyarakat secara berkelanjutan (Buana, 2023).

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu perencanaan sistematis yang dirancang secara formal oleh organisasi untuk memastikan pemanfaatan potensi manusia secara optimal dan efisien dalam mendukung kelangsungan operasional perusahaan. Melalui pendekatan ini, organisasi tidak hanya mengelola tenaga kerja sebagai aset, tetapi juga membangun fondasi strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan panjang (Diksi, 2024).

Manajemen sumber daya manusia merupakan proses strategis dalam memanfaatkan, mengembangkan, mengevaluasi, serta memberikan penghargaan kepada individu yang menjadi bagian dari suatu organisasi atau kelompok kerja. Lebih dari itu, manajemen SDM juga mencakup perancangan dan penerapan sistem yang meliputi perencanaan tenaga kerja, rekrutmen, pengembangan kompetensi, pengelolaan jenjang karier,

penilaian kinerja, peningkatan kapabilitas karyawan, serta penciptaan hubungan industrial yang harmonis dan berkelanjutan. (irmayanti, 2021).

2. Sumber Daya Manusia

Menurut Straub dan Attner (dalam Utama, 2020), manusia merupakan elemen utama dalam organisasi yang memegang peranan paling vital. Hal ini disebabkan karena manusia membawa bekal berupa bakat, keterampilan, pengetahuan, serta pengalaman yang berkontribusi langsung dalam mewujudkan tujuan organisasi. Sementara itu, Nawawi menyatakan bahwa sumber daya manusia (SDM) adalah individu yang bekerja dan berperan sebagai aset organisasi atau perusahaan, yang keberadaannya dapat diukur secara kuantitatif. SDM juga dipandang sebagai potensi strategis yang menjadi kekuatan pendorong utama dalam menjalankan roda organisasi.

Menurut Hasibuan dalam (Hidayati, 2020) Sumber Daya Manusia (SDM) diartikan sebagai kemampuan pola pikir dan kekuatan fisik yang dimiliki oleh setiap individu. Perilaku serta karakter individu sebagian besar dipengaruhi oleh faktor keturunan dan lingkungan, sementara kerja yang dicapai didorong oleh motivasi untuk memenuhi kebutuhan serta mencapai kepuasan pribadi. Sumber daya manusia harus mempunyai 2 kriteria yaitu memiliki keterampilan pengetahuan dan memiliki teknologi agar dapat memaksimalkan manusia seperti kriteria di atas harus ada permintaan terhadapnya.

Secara umum sumber daya manusia memiliki arti ialah banyak berbagai aktivitas atau kegiatan yang di arahkan dalam suatu pembelajaran untuk perorangan ataupun kelompok. Sedangkan Menurut (Sukardi & Arif, 2022) Sumber daya manusia SDM memiliki arti yaitu usaha untuk selalu meningkatkan sebuah keterampilan yang ada pada diri ataupun pengetahuan umum yang di miliki karyawan agar setiap suatu pelaksanaan selalu mencapai tujuan tersebut berjalan dengan lebih efisien.

Dari beberapa pengertian di atas, Sumber Daya Manusia (SDM) dapat juga di simpulkan sebagai asset utama dalam sebuah organisasi yang mencakup kemampuan, bakat, pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman individu yang menjadi pendorong demi mewujudkan tujuan organisasi. Sumber Daya Manusia (SDM) mencakup potensi fisik dan pikiran yang di pengaruhi oleh faktor keturunan dan lingkungan, serta termotivasi oleh kebutuhan untuk mencapai kepuasan kerja. Selain itu Sumber Daya Manusia (SDM) juga melibatkan kegiatan pembelajaran untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, baik secara individu maupun kelompok, berguna untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi yang efektif dan efisien.

Ada juga beberapa indikator manajemen sumber daya manusia menurut (Siti, 2021) adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan Pekerjaan
2. Ketergantungan kemampuan
3. Kreativitas
4. Inisiatif
5. Kualitas pribadi

3. Kemampuan

Kompetensi merupakan kemampuan seseorang dalam melakukan berbagai tugas dan aktivitas saat bekerja, yang dapat diperoleh melalui berbagai pengalaman atau dapat bersifat bawaan. Kemampuan seseorang dalam menjalankan tugas dan pekerjaan mencerminkan keterampilan serta pengetahuan yang dimilikinya. Tidak setiap orang mampu menyelesaikan setiap tugas dengan sempurna sekalipun mereka memiliki pendidikan tinggi (Sholeh , 2020).

Kompetensi manusia memegang peranan krusial dalam pengelolaan dan operasional suatu bisnis, karena karyawan yang memiliki kualifikasi unggul mampu memberikan kontribusi signifikan bagi organisasi melalui penciptaan inovasi, pengembangan produk, serta optimalisasi efisiensi dalam proses bisnis. Kemampuan SDM sangat mudah dikembangkan melalui pendidikan formal, melalui pelatihan atau di lihat dari pengalaman kerja (Hamzah, 2023).

Kemampuan kerja yang spesifik tercermin pada individu yang memiliki kompetensi tertentu, seperti keterampilan manual, intelektual, dan sosial, yang didukung oleh kondisi fisik, mental, serta kesehatan sosial yang memadai. Selain itu, individu tersebut juga harus memahami kebijakan dasar serta kebijakan pekerjaan yang relevan, yang diterapkan untuk mencapai tujuan profesional dengan standar kualitas kerja yang tinggi. Sedangkan menurut Kaleta mengungkapkan bahwa kemampuan kerja merupakan gabungan yang kompleks antara kemampuan fisik, kemampuan mental dan gaji pekerja (Sinambela, 2021).

Dari beberapa pengertian di atas, kemampuan adalah kapasitas Individu yang memiliki pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan sikap yang dibutuhkan untuk menjalankan tugas secara efektif mencerminkan suatu kemampuan yang dapat dibentuk melalui proses pembelajaran, pelatihan, maupun pengalaman kerja secara berkelanjutan. Kemampuan sumber daya manusia memainkan peran penting dalam mendukung keberhasilan organisasi, karena karyawan yang kompeten dapat meningkatkan efisiensi, inovasi, dan produktivitas. Selain itu, kemampuan kerja juga merupakan kombinasi yang kompleks antara aspek fisik, mental, dan sosial, yang mendukung tercapainya tujuan organisasi dengan standar kualitas kerja yang baik. Upaya peningkatan kemampuan melalui pendidikan dan pelatihan menjadi kunci untuk memperkuat kerja individu dan organisasi.

Menurut Mahmudin A. (2020), kemampuan dapat diukur berdasarkan beberapa indikator, yaitu:

1. Kemampuan pengetahuan
2. Kemampuan Keterampilan
3. Kemampuan teknis
4. Kemampuan sosial
5. Fokus arahan

Berdasarkan indikator tersebut, peningkatan kemampuan kerja karyawan menjadi suatu kebutuhan yang esensial bagi perusahaan. Semakin tinggi tingkat kemampuan kerja karyawan, semakin meningkat pula produktivitas mereka.

4. Kerja

Menurut pandangan Brown (dalam Yusrin, 2023), pekerjaan merupakan elemen krusial dalam kehidupan manusia. Bekerja bukan hanya sekadar aktivitas, melainkan simbol eksistensi sosial yang turut menentukan posisi seseorang di tengah masyarakat. Gagasan Brown ini masih relevan dengan realitas sosial di Indonesia, yang tercermin dari cara pandang masyarakat terhadap individu yang belum memiliki pekerjaan. Mereka yang tidak atau belum bekerja kerap diposisikan pada strata sosial yang lebih rendah dibandingkan dengan mereka yang telah bekerja. Pekerja dipersepsikan sebagai sosok yang lebih memiliki makna dalam kehidupannya. Oleh karena itu, tak mengherankan bila banyak orang berlomba-lomba mencari pekerjaan, didorong oleh kecemasan akan penilaian sosial yang merendahkan bagi mereka yang menganggur.

Menurut Robbins dan Rice (dalam Siti, 2022), bekerja merupakan salah satu ikhtiar individu untuk memperoleh penghasilan sekaligus meningkatkan taraf kesejahteraan. Artinya, bekerja tidak semata-mata berorientasi pada pendapatan finansial, melainkan juga dilandasi oleh dorongan yang lebih mendalam — yakni kebutuhan akan penerimaan sosial dan penghargaan diri. Kedua hal ini pada akhirnya dapat mendorong peningkatan produktivitas. Dalam konteks ini, kerja memiliki makna yang lebih dari sekadar rutinitas; ia merepresentasikan bagaimana individu memaknai aktivitas yang dijalannya. Persepsi seseorang terhadap pekerjaannya menjadi kunci dalam membentuk makna personal atas kerja itu sendiri, dan makna inilah yang dikenal sebagai esensi dari "kerja".

Dari beberapa penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa kerja memiliki dimensi yang sangat luas dalam kehidupan manusia, tidak hanya sebagai sarana untuk memperoleh penghasilan, tetapi juga sebagai cara untuk mendapatkan status sosial, penghargaan, serta membentuk makna hidup. Kerja menjadi aspek penting dalam menentukan posisi individu di masyarakat, dan persepsi individu terhadap pekerjaannya berkontribusi pada tingkat produktivitas serta kesejahteraan mereka.

Adapun indikator kerja menurut (Rachmatika, 2024) meliputi lima aspek utama, yaitu:

1. Kualitas kerja, yang merujuk pada hasil pekerjaan karyawan yang mencerminkan tingkat kesempurnaan berdasarkan keterampilan dan kapabilitas yang dimiliki.
2. Kuantitas kerja, yakni jumlah hasil kerja yang dapat diukur melalui satuan unit maupun jumlah siklus aktivitas yang berhasil diselesaikan.
3. Ketepatan waktu, yaitu kemampuan menyelesaikan aktivitas sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan, sekaligus mengoptimalkan sisa waktu untuk aktivitas lainnya.
4. Efektivitas, yang mencerminkan sejauh mana sumber daya organisasi digunakan secara maksimal untuk meningkatkan output dari setiap unit sumber daya tersebut.
5. Kemandirian, yaitu sejauh mana seorang karyawan mampu menjalankan peran dan tanggung jawab kerjanya secara mandiri tanpa ketergantungan yang tinggi pada pihak lain.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif umumnya digunakan untuk mengembangkan teori yang dibangun berdasarkan data empiris yang diperoleh langsung dari lapangan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami secara mendalam suatu fenomena yang dialami oleh objek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan Tindakan yang kemudian diuraikan dalam bentuk narasi atau kata-kata sesuai dengan konteks alami, dengan memanfaatkan berbagai metode yang bersifat alamiah (Nasution, 2023).

Jenis penelitian ini mengambil bentuk studi kasus, penelitian ini memberikan dan menjabarkan analisis yang mendalam mengenai suatu kasus yang di atasi waktu dan aktifitas. informasi yang di kumpulkan oeh peneliti dalam berbagai macam informasi berdasarkan waktu yang telah di tentukan dan menerapkan beragai jenis prosedur pengumpul data yang sudah ada (Ermi, 2024).

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan kerja karyawan dengan menggunakan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Chocolajit Cililin oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti memberikan penjelasan tentang fenomena yang diamati dan deskripsi situasi berdasarkan ucapan perilaku yang diamati peneliti.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini mengenai strategi peningkatan kemampuan kerja karyawan dalam penggunaan *e-commerce* sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan umkm chocolajit cililin adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut (Andif, 2022) Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa jenis wawancara yang digunakan, dilihat dari bentuk pertanyaannya, yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur merupakan jenis wawancara yang dilaksanakan berdasarkan panduan yang telah disusun sebelumnya, yang disesuaikan dengan informasi awal yang diperoleh dari subjek penelitian. Data yang diberikan oleh responden kemudian digunakan untuk menyusun pertanyaan lanjutan yang lebih rinci, sistematis, dan mendalam. Sementara itu, wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bersifat fleksibel dan eksploratif, dilakukan tanpa panduan pertanyaan yang baku, serta tidak diarahkan pada sasaran tertentu. Wawancara jenis ini umumnya dilakukan pada tahap awal penelitian, ketika peneliti masih berupaya memahami konteks secara menyeluruh dan belum memiliki fokus yang spesifik terhadap objek penelitian.

Survei yang dilakukan oleh peneliti ini menggunakan wawancara tidak terstruktur pada tahap awal, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman awal yang menyeluruh guna membentuk gambaran sasaran secara lebih spesifik. Wawancara terstruktur kemudian dilakukan wawancara ini dilakukan oleh peneliti dan pemilik UMKM Chocolajit. Teknik wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi sebanyak mungkin tentang pengalaman dan keterampilan *e-commerce* karyawan. Peneliti menyiapkan pertanyaan dasar tentang masalah yang akan diselidiki.

2. Observasi

Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa tingkatan observasi seperti yang dijelaskan oleh (Andif, 2022) Observasi partisipasi nihil merujuk pada observasi murni tanpa keterlibatan langsung, di mana peneliti hanya berperan sebagai pengamat pasif yang mengamati objek tanpa menarik perhatian. Observasi partisipasi sedang dilakukan dengan menjaga keseimbangan antara peran sebagai pengamat dan sebagai anggota dari kelompok sasaran, di mana keberadaan peneliti diketahui oleh partisipan, namun keterlibatannya bersifat terbatas dan bukan merupakan fokus utama. Observasi partisipasi aktif terjadi saat peneliti terlibat secara langsung dalam aktivitas kelompok sasaran, dengan keterlibatan yang nyata dan terbuka, sehingga aktivitas tersebut menjadi bagian dari perannya sebagai partisipan. Sementara itu, observasi partisipan penuh mengacu pada kondisi ketika peneliti telah menyatu secara mendalam dengan kelompok sasaran dan menjadi bagian tak terpisahkan dari lingkungan tersebut.

Observasi merupakan data primer yang diperoleh secara langsung, Pengamatan ini digunakan untuk mengamati strategi kemampuan karyawan dalam menggunakan *e-commerce*. Pada observasi ini kami bertatap muka dengan pemilik Chocolajit UMKM di tempat penjualan.

3. Dokumentasi

Dalam pelaksanaan penelitian kualitatif, terdapat sumber data yang bersifat non-manusia, seperti dokumen, foto, maupun data statistik lainnya, yang dapat digunakan untuk mendukung pemahaman terhadap konteks dan

fenomena yang diteliti. Dokumen yang di miliki secara pribadi berupa buku harian, tulisan pribadi berupa surat-surat, atau biografi. Sedangkan dokumen resmi berupa anggaran dasar, notulen rapat, laporan, format-format atau peraturan lainnya (Andif, 2022).

Untuk membuat pengumpulan data lebih lengkap, penelitian ini menggunakan dokumentasi berupa foto-foto dan rekaman audio wawancara dengan narasumber selaku pemilik UMKM.

Analisis data berdasarkan pendapat (Ahmad, 2021) merupakan upaya sistematis dalam menelusuri, menata, dan mengolah data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan sumber lainnya, sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap kasus yang diteliti serta menyusunnya sebagai dasar untuk penemuan selanjutnya teknik pengumpulan data pada penelitian ini mengenai strategi peningkatan kemampuan karyawan dalam penggunaan yang ini. Ada beberapa metode analisis seperti berikut:

1. Reduksi Data

Data yang dikumpulkan disusun dan disajikan dalam format laporan atau bentuk uraian terperinci. Laporan ini disusun berdasarkan data yang telah direduksi dan dirangkum secara sistematis. Proses pengikhtisaran dan pengelompokan data berdasarkan konsep, tema, serta kategori tertentu akan menghasilkan gambaran yang lebih tajam terhadap hasil observasi, sekaligus memudahkan peneliti dalam menelusuri kembali data sebagai pelengkap atau penunjang apabila dibutuhkan di kemudian hari.

2. Display Data

Data yang telah dikumpulkan dikategorikan berdasarkan permasalahan, kemudian disusun dalam bentuk matriks. Penyajian ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola hubungan antar data secara lebih sistematis dan terstruktur.

3. Analisis

Proses analisis data dilakukan melalui model analisis yang mencakup kegiatan klarifikasi terhadap simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi. Klarifikasi ini mengacu pada kriteria tertentu dan menggunakan teknik analisis data yang relevan untuk mendukung proses penarikan prediksi dan pemahaman lebih mendalam.

4. Kesimpulan

Langkah akhir dalam proses ini adalah menarik kesimpulan serta melakukan verifikasi terhadap data yang telah dianalisis. Kesimpulan disusun dengan mengacu pada pola pemecahan masalah yang telah ditentukan, sehingga hasil akhir sesuai dengan tujuan penelitian.

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian mengenai strategi peningkatan kerja karyawan dalam penggunaan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan di UMKM Chocolajit Cililin telah diperoleh melalui observasi, wawancara, dan pengamatan langsung di tempat usaha. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, terdapat beberapa strategi yang diterapkan untuk meningkatkan kerja karyawan. Salah satunya adalah memberikan pelatihan khusus kepada setiap karyawan agar mereka lebih memahami dan menguasai penggunaan *e-commerce*, terutama di platform seperti Shopee dan TikTok. Dengan pelatihan ini, karyawan dapat lebih terampil dalam mengelola toko online, memasarkan produk, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Selain pelatihan, pemilik usaha juga memiliki cara lain untuk menjaga dan meningkatkan semangat kerja karyawan. Beberapa di antaranya adalah dengan memberikan motivasi secara berkala, memberikan reward atau penghargaan di akhir bulan sebagai bentuk apresiasi atas kerja mereka, serta memberikan bonus tambahan saat ada event tertentu. Tidak hanya itu, pemilik usaha juga sesekali mengadakan acara makan bersama sebagai bentuk kebersamaan agar karyawan merasa lebih dihargai dan semakin termotivasi dalam bekerja.

Dalam upaya meningkatkan penjualan, karyawan juga harus memahami berbagai strategi pemasaran yang efektif. Contohnya, mereka perlu mengetahui cara meningkatkan jumlah followers di TikTok agar lebih banyak orang yang mengenal produk Chocolajit. Selain itu, mereka juga perlu memahami bagaimana menambah jumlah afiliasi yang dapat membantu meningkatkan penjualan produk melalui sistem komisi. Di samping strategi digital marketing, UMKM Chocolajit juga terus berinovasi dengan menambahkan varian produk baru agar lebih menarik bagi pelanggan. Namun, dari semua strategi yang diterapkan, hal yang paling penting adalah menumbuhkan rasa memiliki terhadap toko ini. Dengan memiliki rasa tanggung jawab dan kepedulian terhadap usaha tempat mereka bekerja, karyawan akan lebih berdedikasi dan berusaha memberikan yang terbaik, sehingga penjualan UMKM Chocolajit dapat terus meningkat.

Selain strategi pemasaran dan peningkatan kerja karyawan, manajemen operasional dalam pengelolaan *e-commerce* juga menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan penjualan di UMKM Chocolajit. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah pengelolaan waktu dalam proses pemesanan. Untuk memastikan kelancaran pengiriman, UMKM Chocolajit menetapkan jadwal proses pemesanan, misalnya dari pukul 08.00 hingga 15.00 WIB. Jika pesanan masuk setelah batas waktu tersebut, maka pesanan akan diproses pada jadwal pengiriman berikutnya. Dengan sistem yang terstruktur ini, pelanggan dapat menerima barang tepat waktu, sehingga kepercayaan terhadap toko semakin meningkat. Selain itu, karyawan juga perlu memahami berbagai fitur dalam platform *e-commerce*, seperti iklan berbayar, promosi diskon, dan penggunaan voucher toko. Pemanfaatan fitur-fitur ini dapat membantu meningkatkan visibilitas produk, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan. Dengan kombinasi strategi pemasaran, peningkatan keterampilan karyawan, dan manajemen operasional yang baik UMKM Chocolajit dapat terus berkembang dan bersaing di pasar digital.

Hasil penelitian mengenai strategi peningkatan kerja karyawan dalam penggunaan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan di UMKM Chocolajit Cililin telah diperoleh melalui observasi, wawancara, dan pengamatan langsung di tempat usaha. Berikut deskripsi hasil peneliti melakukan wawancara dengan owner tersebut :

1. Kemampuan

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai Bagaimana bapak memberikan informasi atau pelatihan kepada karyawan terkait penggunaan *e-commerce*? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“Bermain marketingnya di *e-commerce*, mungkin ada pelatihan dan memperkenalkan kepada karyawan tentang *e-commerce* ada shoppe, Tiktok, terus ada Lazada ada Toko pedia. Itu kan cara Teknik nya berbeda, alagatrimanya juga bereda.” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan *e-commerce* karyawan harus memahami tentang berbagai platform dan teknik yang berbeda-beda pada setiap platform. Setelah itu peneliti bertanya Bagaimana perusahaan membantu karyawan meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan untuk memaksimalkan penggunaan *e-commerce*? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“yang pertama mungkin edukasi, yang ke dua mungkin kita mengadakan pelatihan karna memperkenalkan *e-commerce* juga membutuhkan waktu, tidak sehari atau dua hari mereka butuh sampai satu minggu” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat disimpulkan tentang Proses mengenalkan *e-commerce* ini membutuhkan waktu yang cukup lama agar memahami cara penggunaannya dengan baik. Setelah itu peneliti bertanya Bagaimana bapak memastikan karyawan mampu menangani kendala teknis dalam operasional *e-commerce*? Bagaimana bapak memastikan karyawan mampu menangani kendala teknis dalam operasional *e-commerce*? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“Kita ada beberapa, kalo misalkan yang udah lama dan baru ada satu percobaan tentang *e-commerce*, dan tentang masalah di ekspedisinya yaitu tentang peprosesan pakatnya, yang ke 2 cara mengoprasikan *e-commerce* nya terutama di shoppe yang lebih gampang, nanti di gilir lagi itu bagaimanaca cara mereka mengoptimalkan kerja, mungkin semua karyawan harus bisa karna bila mana ownernya gak ada mereka juga bisa hendel. Jadi ada beberapa percobaan lah” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa ada beberapa percobaan dalam penggunaan *e-commerce*, termasuk mengatasi masalah ekspedisi dan belajar mengoprasikan platform seperti shoppe. Semua karyawan perlu memahami agar dapat mengelola bisnis saat ownernya tidak ada. Setelah itu peneliti bertanya kembali Bagaimana bapak melihat kemampuan karyawan dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan *e-commerce*? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“Kalo itu sih kan melalui chat yang jadi prioritas itu kan pelayanan Ketika ada problem atau di pengiriman terutama problem di ketuker barang atau salah kirim. Itu yang jadi fokus kita pelayanan harus semaksimal mungkin mereka tidak membatalkan, atau memaksimalkan cara melayani pelanggan yang bener-bener dan bisa memainkan kata kata atau melobi cara bagaimana pelanggan tersbut bisa membeli ulang walaupun sudah pernah kecewa. Terutama dalam Bahasa penyampaian kepada pelanggan.” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Kami harus memprioritaskan pelayanan, terutama ketika ada masalah, dan kami harus menggunakan tata bahasa penyampaian yang baik sehingga

pelayan dapat memahaminya. Peneliti bertanya lagi Bagaimana bapak memberikan arahan kepada karyawan untuk meningkatkan kerja mereka dalam penggunaan *e-commerce*? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“Ya mungkin kita kasih motivasi ya teh, atau reward ataupun insentif untuk memaksimalkan kerjanya, apakah di akhir bulan ada rewardnya atau per event ada rewardnya atau kita makan-makan seperti itu.” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat di simpulkan bahwa untuk meningkatkan kerja karyawan dengan cara memberikan reward, insentif, ataupun per event.

2. Kerja

Hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti mengenai Bagaimana bapak menilai kualitas kerja karyawan dalam pengelolaan *e-commerce* dan interaksi dengan pelanggan? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“Dari segi pelanggan, dari tata Bahasa juga atau pengelolaan Bahasa itu sangat di butuhkan paling utama untuk berbincang dengan pelanggan, kalo kita berbasa dengan yang baik pelanggan juga akan baik juga terhadap kita, kalo kita sebelum apa -apa sudah menyalahkan pelanggan otomatis pelanggan juga merasa kesal, makannya sebagai admin atau sebagai karyawan sebisa mungkin kita harus mengalah terhadap pelanggan” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat di simpulkan mengenai bagaimana pentingnya berkomunikasi yang baik dengan pelanggan. Setelah itu peneliti bertanya lagi bagaimana bapak menilai kemampuan karyawan dalam meningkatkan jumlah produk terjual melalui *e-commerce*? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“Kalo misalkan seperti itu kitakan ada beberapa fitur kita coba kenalkan juga fitur-fitur yang ada di *e-commerce* kaya iklan atau promosi berbayar atau diskon ada voucher toko itu kita kenalkan juga ke karyawan untuk meningkatkan bagaimana minggu sekarang di angka 100 mudah mudan minggu depan bisa di angka 150, karna proses juga sih untuk meningkatkan sebuah market atau penjualan juga dan rasa tanggung jawab dan rasa memilikinya juga harus punya bahwa ini bukan toko saya tapi toko kita semua seperti itu” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat di simpulkan begitu pentingnya memahami fitur-fitur yang ada pada *e-commerce* seperti iklan, promosi, voucher toko dan lain sebagainya. Setelah itu peneliti kembali bertanya bagaimana bapak memastikan karyawan dapat memproses pesanan dan pengiriman tepat cepat melalui *e-commerce*? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“Itukan kalo misalkan *e-commerce* ada rentan waktu, kalo misalkan kita jadwal mungkin pemrosesan pesanan itu dari pukul 08.00 wib sampai pukul 15.00 Wib kalo misalkan lewat dari jam 15.00 biasanya itu masuk di pengiriman berikutnya. Nah makannya kalau ada yang ketinggalan otomatis itu akan menjadi boomerang juga buat toko kami jadi performanya akan buruk juga, makannya sebisa mungkin yang hari ini semuanya terkirim sesuai jadwal ” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat di simpulkan Bahwa dalam *e-commerce*, ada batas waktu pemrosesan pesanan. Jika ada pesanan yang tertunda, itu bisa berdampak buruk pada performa toko. Oleh karena itu, sebisa mungkin semua pesanan harus dikirim tepat waktu agar reputasi toko tetap baik. Peneliti bertanya lagi bagaimana bapak memastikan strategi *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan melalui *e-commerce*? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“Strateginya kitakan ada beberapa fitur terutama sekarang yang namanya afiliator dan kita bermitra atau berkolaborasi dengan afiliator -afiliator yang ada di *e-commerce* mungkin kaya yang sekarang lagi rame kaya tiktok sama shoppe, terus yang ke dua akita membagikan sampel juga buat para afiliator, terus yang ke tiga ketika afiliator sudah memposting vidionya kita juga yang promosiin untuk meningkatkan penjualan, promosi itu tidak hanya iklan tapi kita share ke temen-temen atau tapi yang lebih bagus ya iklan” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat di simpulkan bahwa dapat memanfaatkan afiliator di *e-commerce* seperti TikTok dan Shopee dengan cara bermitra, membagikan sampel produk, dan ikut mempromosikan video mereka. Promosi bisa dilakukan lewat iklan atau membagikannya ke teman-teman untuk meningkatkan penjualan. Peneliti bertanya lagi Bagaimana bapak melihat kemampuan karyawan agar dapat bekerja secara mandiri dalam? Pemilik usaha menyampaikan bahwa :

“Kita lihat dari rasa tanggung jawab terus rasa memiliki juga terhadap perusahaan ini kalau misalkan karyawannya tidak punya rasa tanggung jawab atau rasa memiliki ya mungkin performa dari sebuah toko juga akan menurun dan itu akan menjadi penilaian buruk untuk para pelanggan, yang harusnya di kirim hari ini ya

“mungkin besoknya itukan performa juga buat toko terutama yang ada di tiktok, kalo di tiktok hari ini harus terkirim.” (Wawancara pada hari Sabtu, 01 Februari 2025)

Jadi, dari jawaban wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Karyawan harus memiliki rasa tanggung jawab dan rasa memiliki terhadap perusahaan. Jika tidak, performa toko bisa menurun, terutama di *e-commerce* seperti TikTok, di mana pengiriman harus tepat waktu agar reputasi toko tetap baik.

Penelitian ini membahas strategi peningkatan kerja karyawan dalam penggunaan *e-commerce* di UMKM Chocolajit Cililin. Pemilik usaha menekankan pentingnya pelatihan agar karyawan memahami berbagai platform seperti Shopee dan TikTok Shop. Proses edukasi ini membutuhkan waktu agar mereka bisa mengoperasikan *e-commerce* dengan baik dan menangani kendala teknis, terutama dalam pengelolaan pesanan dan ekspedisi. Pelayanan pelanggan juga menjadi prioritas, terutama dalam menangani masalah pengiriman agar reputasi toko tetap baik. Untuk meningkatkan motivasi, diberikan reward atau insentif. Selain itu, strategi pemasaran melibatkan fitur promosi seperti iklan berbayar dan kerja sama dengan afiliator. Pemrosesan pesanan harus tepat waktu agar performa toko tetap terjaga. Oleh karena itu, karyawan harus memiliki rasa tanggung jawab dan rasa memiliki terhadap perusahaan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, strategi kerja karyawan dalam penggunaan *e-commerce* berperan penting dalam meningkatkan peningkatan penjualan UMKM Chocolajit Cililin. Pelatihan *e-commerce* membantu karyawan menguasai platform seperti Shopee dan TikTok, sementara strategi pemasaran digital, seperti promosi berbayar dan kerja sama dengan afiliator, efektif meningkatkan visibilitas produk. Selain itu, motivasi karyawan didorong melalui insentif dan kegiatan kebersamaan, yang meningkatkan loyalitas mereka. Pelayanan pelanggan yang optimal juga menjadi prioritas untuk menjaga kepuasan konsumen. Manajemen operasional yang terstruktur memastikan pesanan diproses tepat waktu, menjaga reputasi toko. Dengan strategi yang tepat, UMKM Chocolajit dapat berkembang dan bersaing di pasar digital.

6. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Ada juga saransaran yang dapat di kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Saran bagi UMKM Chocolajit

Untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital, UMKM Chocolajit disarankan untuk terus mengadakan pelatihan rutin bagi karyawan agar mereka selalu memahami perkembangan fitur-fitur terbaru dalam *e-commerce*. Selain itu, perusahaan dapat memperluas jangkauan pemasaran dengan menggandeng lebih banyak afiliator dan influencer di media sosial guna meningkatkan daya tarik produk. Dari sisi operasional, UMKM Chocolajit juga perlu memastikan bahwa sistem pengelolaan pesanan dan pengiriman tetap berjalan efisien guna mempertahankan kepercayaan pelanggan. Terakhir, membangun budaya kerja yang mendorong rasa memiliki dan tanggung jawab dalam diri karyawan akan menjadi faktor penting dalam menjaga performa toko di *e-commerce*, sehingga penjualan dapat terus meningkat dan UMKM Chocolajit semakin berkembang di pasar digital.

2. Saran bagi penulis selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti secara lebih spesifik mengenai efektivitas masing-masing platform *e-commerce*, seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia, dalam meningkatkan penjualan UMKM, guna mengetahui platform mana yang paling optimal untuk digunakan. Selain itu, penting pula untuk menggali hubungan antara motivasi karyawan, budaya kerja, dan loyalitas dalam konteks UMKM yang berbasis digital. Penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi lebih dalam strategi kolaborasi dengan afiliator dan influencer, termasuk analisis biaya serta pengaruhnya terhadap visibilitas dan penjualan produk. Dengan pendekatan yang lebih mendalam dan fokus pada aspek-aspek tersebut, penelitian lanjutan diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM di era digital.

7. Referensi

- A. M. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings*, 178.
- A. V. (2022). Jenis Data, Variabel Penelitian, Definisi Istilah, Definisi Operasional dan Indikator. *Mojokerto: Insight Mediatama*.

- Al Farisi, S. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 74.
- D. m. (2024). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Agam, Sumatra Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- E. B. (2020). *KINERJA KARYAWAN*. Banten: CV. AA RIZKY.
- E. R. (2024). *Metode penelitian Kualitatif*. Sumatra Barat: CV. Gita Lentera.
- Hamzah, P. (2023). Pengaruh Kemampuan Sumber Daya Manusia, Dan Sumber Daya Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 2752.
- Hidayat, R. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jawa Timur: Airlangga University Press.
- Hidayati, N. (2020). *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Hotimah, H. (2023). *Manajemen Kinerja Digital*. *Jurnal Riset Manajemen dan Kewirausahaan*, 5.
- Ichsan, R. N. (2021). *Bahan Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia*. Medan: CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Kabdiyono, E. L. (2024). Kepemimpinan, Beban Kerja Dan Burnout Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Garment Di Kabupaten Tangerang. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 498.
- Kaltum, U. (2019). Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 69.
- M. S. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kemampuan kerja Dan Kinerja Pegawai Biro Organisasi SEkretariat Daerah Provinsi Sulawesi Tenggara. *SEIKO : Journal Of Management & Bussines*, 156.
- Mahesti, S. H. (2023). Analisis Total Quality Management, Sistem Pengukuran Kinerja dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Sistem Informasi & Management*, 377.
- Mustafa, P. S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN PENELITIAN TINDAKAN KELAS DALAM PENDIDIKAN OLAHRAGA*. Mojokerto: Insight Mediatama.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: harfacreative.
- Oktaviani, Q. (2023). Peran *E-Commerce* Dalam Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16.
- R. c. (2021). *Kinerja Karyawan*. Kabupaten Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rachmatika, A. (2024). Pengaruh pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 40.
- S. F. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang. *JIM (Jurnal Ilmiah Mahasiswa)*, 155.
- Sholeh, B. (2020). Pengaruh Keterampilan, Pengalaman, dan Kemampuan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan. *e – Jurnal Riset Manajemen*, 101.
- Sinambela, E. A. (2021). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Pendidikan dan kewirausahaan*, 180.
- Sinollah. (2020). Analisis Penilaian Kinerja Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Kinerja. *Jurnal Dialektika*, 4.
- Sukardi, & Arif, B. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Suwarto. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17.
- Utama, Z. M. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: UNJ PRESS.
- Wahyono, T. E. (2022). Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan. *Optimal Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 252.
- Widya, F. (2023). Analisis Teknologi Digital dan Daya Tarik Konsumen terhadap Produk UMKM Di Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 27859.
- Wijyanthi, I. T. (2023). Pengaruh Kemampuan Karyawan Dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja LPD Desa Adat Kepaon. *Forum Manajemen*, 117.