

## Edukasi E-Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing Yayasan Lady Beauty Manru Kabupaten Asahan

Egi Dio Bagus Sudewo<sup>1\*</sup>, Reni Yunita<sup>2</sup>, Jumiah<sup>3</sup>, Nur Elby Hajjiah Putri<sup>4</sup>

<sup>1\*,2,4</sup>Sistem Informasi, Universitas Royal

<sup>3</sup>Pendidikan Biologi, Universitas Royal

<sup>1</sup>egidio8gali@gmail.com, <sup>2</sup>reniyunita@royal.ac.id, <sup>3</sup>jumiah.az@gmail.com,

<sup>4</sup>nurelbyh@gmail.com

**Email Korespondensi: egidio8gali@gmail.com**

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut lembaga kursus dan pelatihan untuk mampu beradaptasi agar tetap relevan dan memiliki daya saing. Namun, keterbatasan pemahaman terkait e-bisnis masih menjadi kendala utama, khususnya pada lembaga pendidikan nonformal di daerah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pengelola dan peserta Yayasan Lady Beauty Manru terkait konsep dan pemanfaatan e-bisnis dalam mendukung pengelolaan serta promosi lembaga. Kegiatan dilaksanakan pada Senin, 26 Januari 2026, bertempat di Yayasan Lady Beauty Manru, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara, dengan melibatkan 10 orang peserta yang terdiri dari pengelola dan peserta kursus. Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, serta evaluasi menggunakan pre-test dan post-test dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Instrumen evaluasi berupa kuesioner sederhana dengan tiga kategori jawaban, yaitu ya, sedikit paham, dan tidak. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah kegiatan berlangsung, khususnya terkait konsep dasar e-bisnis, pemanfaatan media digital, dan perannya dalam meningkatkan daya saing lembaga. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal bagi Yayasan Lady Beauty Manru dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital secara bertahap dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** pengabdian kepada masyarakat, e-bisnis, lembaga kursus dan pelatihan, media digital, daya saing.

### ABSTRACT

*The development of digital technology requires course and training institutions to adapt in order to remain relevant and competitive. However, limited understanding of e-business remains a major constraint, particularly in non-formal education institutions located in regional areas. This community service activity aims to improve the understanding of e-business concepts and their utilization in supporting institutional management and promotion at Yayasan Lady Beauty Manru. The activity was conducted on Monday, January 26, 2026, at Yayasan Lady Beauty Manru, Asahan Regency, North Sumatra, involving 10 participants consisting of administrators and course participants. The implementation methods included material presentation, interactive discussions, and evaluation using pre-test and post-test with a descriptive quantitative approach. The evaluation instrument was a simple questionnaire with three response categories, namely yes, partially understand, and no. The results show an improvement in participants' understanding after the activity, especially regarding basic e-business concepts, the use of digital media, and their role in enhancing institutional competitiveness. This activity is expected to become an initial step for Yayasan Lady Beauty Manru in optimizing the use of digital technology in a gradual and sustainable manner.*

**Keywords:** community service, e-business, course and training institution, digital media, competitiveness

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor pendidikan nonformal (Shalova et al., 2023). Di era digital saat ini, lembaga kursus dan pelatihan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap relevan dan memiliki daya saing (Nicolaou, 2022)(Prasetya & Anggriawan, 2025). Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah melalui pemanfaatan e-bisnis yang mencakup penggunaan teknologi digital dalam mendukung aktivitas promosi, komunikasi, dan pengelolaan layanan (Kahveci, 2025)(Nasution et al., 2023)(Girsang et al., 2025).

Pemanfaatan e-bisnis memberikan peluang bagi lembaga kursus dan pelatihan untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas, meningkatkan efisiensi penyampaian informasi, serta memperkuat citra lembaga (Sun et al., 2024). Namun, pada kenyataannya, tidak semua lembaga kursus dan pelatihan memiliki pemahaman yang memadai terkait konsep dan strategi e-bisnis. Keterbatasan pengetahuan, sumber daya manusia, serta minimnya pendampingan menjadi faktor utama yang menyebabkan pemanfaatan e-bisnis belum berjalan optimal, khususnya pada lembaga pendidikan nonformal di daerah (Dimitrova, 2022)(Girsang et al., 2024).

Yayasan Lady Beauty Manru merupakan salah satu lembaga kursus dan pelatihan yang berada di Kisaran, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara. Lembaga ini menyelenggarakan kursus tata kecantikan rambut dan kulit, berperan sebagai tempat uji kompetensi, serta menyelenggarakan kursus komputer khususnya pada penggunaan aplikasi perkantoran. Dengan ragam layanan yang dimiliki, Yayasan Lady Beauty Manru memiliki potensi untuk berkembang dan bersaing dengan lembaga sejenis. Namun, dalam pelaksanaannya, pengelolaan dan promosi lembaga masih didominasi oleh cara konvensional sehingga pemanfaatan media digital belum dimaksimalkan.

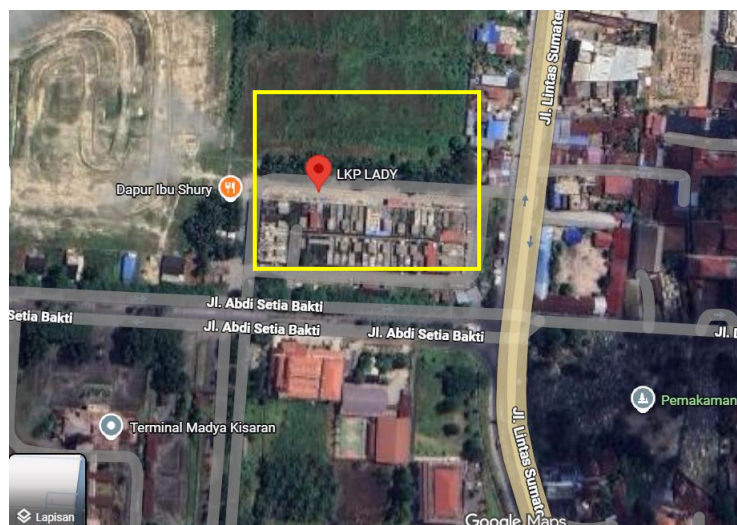
Selain memiliki beragam program pelatihan, Yayasan Lady Beauty Manru juga dikenal sebagai salah satu lembaga pendidikan nonformal yang cukup aktif melayani kebutuhan peningkatan keterampilan masyarakat di Kabupaten Asahan. Keberadaan yayasan ini memiliki peran strategis sebagai sarana pengembangan kompetensi, khususnya di bidang tata kecantikan dan keterampilan komputer, yang dibutuhkan oleh masyarakat usia produktif. Dalam konteks persaingan lembaga kursus dan pelatihan di Kabupaten Asahan, Yayasan Lady Beauty Manru menempati posisi sebagai lembaga

yang berorientasi pada pengembangan keterampilan praktis dan kesiapan kerja. Namun demikian, untuk memperkuat positioning tersebut di tengah meningkatnya persaingan dan perubahan perilaku masyarakat di era digital, diperlukan dukungan pemanfaatan e-bisnis agar lembaga mampu meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan layanan, serta memperkuat citra sebagai lembaga kursus dan pelatihan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya upaya peningkatan pemahaman pengelola dan peserta terkait e-bisnis sebagai langkah awal dalam menghadapi persaingan di era digital (Hartini et al., 2022). Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mentransfer pengetahuan dan memberikan edukasi yang relevan dengan kebutuhan mitra (Keerberg et al., 2013). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada edukasi e-bisnis bagi pengelola dan peserta Yayasan Lady Beauty Manru sebagai upaya awal dalam meningkatkan daya saing lembaga secara bertahap dan berkelanjutan

## B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari Senin, 26 Januari 2026, bertempat di Yayasan Lady Beauty Manru, Sei Renggas, Kec. Kota Kisaran Barat, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara ditunjukkan pada Gambar 1.



Sumber: Google Maps (2026)

**Gambar 1. Lokasi Yayasan Lady Beauty Manru, Sei Renggas, Kec. Kota Kisaran Barat, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara**

Kegiatan ini diikuti oleh 10 orang peserta yang terdiri atas pengelola yayasan, peserta kursus tata kecantikan rambut dan kulit, serta peserta kursus komputer yang berada di bawah naungan Yayasan Lady Beauty Manru dapat di lihat pada Gambar 2. Adapun pemberi pengabdian kepada masyarakat adalah tim dosen Universitas Royal dan pemateri adalah Egi Dio Bagus Sudewo, M.kom, yang berperan sebagai fasilitator, narasumber, serta pendamping selama pelaksanaan kegiatan. Tim pengabdian bertanggung jawab dalam penyampaian materi, pelaksanaan diskusi, serta evaluasi pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan.



*Sumber: Dokumentasi Tim Dosen - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2026)*

**Gambar 2. Foto Tim Dosen dengan sebagian Peserta**

Metode pelaksanaan kegiatan seperti yang di tunjukan pada Gambar 3 menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif. Tahap awal kegiatan diawali dengan identifikasi kondisi dan permasalahan mitra melalui diskusi awal dengan pengelola Yayasan Lady Beauty Manru. Diskusi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta terkait e-bisnis serta kendala yang dihadapi dalam pengelolaan dan promosi lembaga.



Sumber: Dokumentasi PkM (2026)

**Gambar 3. Alur pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat**

Tahap selanjutnya adalah penyampaian materi edukasi mengenai konsep dasar e-bisnis, peran e-bisnis dalam meningkatkan daya saing lembaga kursus dan pelatihan, serta contoh pemanfaatan media digital yang relevan dan mudah diterapkan. Materi disampaikan secara sederhana dan komunikatif agar dapat dipahami oleh seluruh peserta dengan latar belakang yang beragam.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab. Pada tahap ini, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pengalaman, permasalahan, serta gagasan terkait pemanfaatan e-bisnis di yayasan ini. Diskusi ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman peserta dan mengaitkan materi dengan kondisi nyata lembaga.

Tahap akhir kegiatan adalah evaluasi pelaksanaan yang dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap materi e-bisnis yang diberikan. Instrumen evaluasi berupa kuesioner sederhana dengan tiga kategori jawaban, yaitu *ya*, *sedikit paham*, dan *tidak*. Hasil pre-test dan post-test dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk tabel serta grafik untuk melihat perubahan tingkat pemahaman peserta. Selain itu, evaluasi juga diperkuat secara kualitatif melalui pengamatan selama kegiatan berlangsung serta diskusi dan tanya jawab dengan peserta sebagai bahan pendukung dalam menilai efektivitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

### C. PEMBAHASAN

Kegiatan edukasi e-bisnis yang dilaksanakan di Yayasan Lady Beauty Manru diikuti oleh 10 orang peserta yang terdiri atas pengelola dan peserta kursus para peserta dan tim dosen Universitas Royal. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan

tingkat partisipasi yang baik, terutama pada sesi diskusi dan tanya jawab seperti pada Gambar 4. Pada tahap awal, peserta diberikan pemahaman mengenai pengertian e-bisnis, perbedaannya dengan bisnis konvensional, serta peran teknologi digital dalam mendukung aktivitas promosi dan pengelolaan layanan pendidikan nonformal.

Selain itu, materi juga mencakup pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, khususnya penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan informasi lembaga. Peserta diperkenalkan pada contoh sederhana pemanfaatan platform digital untuk menyampaikan informasi program kursus, layanan uji kompetensi, serta kegiatan yayasan kepada masyarakat. Penyampaian materi dilakukan secara komunikatif dan disesuaikan dengan latar belakang peserta agar materi dapat dipahami dengan baik.



*Sumber: Dokumentasi Tim Dosen - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2026)*

**Gambar 4. Penyampaian Materi E-Bisnis Oleh Egi Dio Bagus Sudewo, M.Kom.**

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diskusi yang ditunjukkan pada Gambar 5. Pada sesi ini, peserta secara aktif mengajukan pertanyaan terkait penerapan e-bisnis dalam konteks Yayasan Lady Beauty Manru. Beberapa topik diskusi yang muncul antara lain pemanfaatan media sosial yang paling sesuai untuk promosi lembaga, strategi penyampaian informasi kursus kepada calon peserta, serta tantangan yang dihadapi dalam memulai pemanfaatan teknologi digital.

Diskusi juga membahas kendala yang dirasakan peserta, seperti keterbatasan pengalaman dalam menggunakan media digital serta kurangnya pemahaman mengenai strategi promosi berbasis teknologi. Melalui sesi ini, tim pengabdian memberikan penjelasan dan solusi praktis yang dapat diterapkan secara bertahap sesuai dengan kondisi yayasan. Interaksi yang terjadi menunjukkan antusiasme peserta dan ketertarikan terhadap materi e-bisnis yang disampaikan.



Sumber: Dokumentasi Tim Dosen - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2026)

**Gambar 5. Sesi diskusi dan tanya jawab**

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan edukasi. Hasil pre-test yang disajikan pada Gambar 6, yang terdiri dari tabel dan grafik, menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih berada pada kategori *sedikit paham* dan *tidak* terhadap konsep e-bisnis, pemanfaatan media digital, serta perannya dalam meningkatkan daya saing lembaga. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebelum kegiatan dilaksanakan, pemahaman peserta terhadap e-bisnis masih relatif terbatas.



Sumber: Dokumentasi Tim Dosen - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2026)

**Gambar 6. Hasil Pre-Test Peserta**

Setelah pelaksanaan kegiatan edukasi, hasil post-test yang ditampilkan pada Gambar 7 menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta. Mayoritas peserta memberikan jawaban *ya* pada seluruh indikator, yang mencerminkan peningkatan pemahaman terhadap konsep dasar e-bisnis, manfaat media digital, serta penerapannya dalam mendukung promosi dan pengelolaan Yayasan Lady Beauty Manru. Peningkatan

ini menunjukkan bahwa kegiatan edukasi yang dilaksanakan memberikan dampak positif terhadap pengetahuan peserta.



Sumber: Dokumentasi Tim Dosen - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2026)

Gambar 7. Hasil Post-Test Peserta

Peningkatan pemahaman peserta yang terlihat dari hasil pre-test dan post-test menunjukkan bahwa pendekatan edukasi e-bisnis yang dilakukan melalui penyampaian materi dan diskusi interaktif efektif dalam meningkatkan wawasan peserta. Penyampaian materi yang disesuaikan dengan konteks lembaga kursus dan pelatihan serta diskusi yang menyesuaikan kebutuhan peserta menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan ini. Hasil ini sejalan dengan peran pengabdian kepada masyarakat sebagai sarana transfer pengetahuan dari perguruan tinggi kepada mitra, khususnya dalam mendukung adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital.

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sejalan dengan pengabdian sejenis yang dilakukan oleh (Sukmara, 2024) yang menekankan pentingnya edukasi e-bisnis di era digital untuk meningkatkan pemahaman mitra. Pada pengabdian tersebut, edukasi e-bisnis yang diberikan kepada pelaku UMKM mampu meningkatkan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengelolaan dan pengembangan usaha. Temuan yang serupa juga diperoleh dalam kegiatan pengabdian ini, di mana hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta Yayasan Lady Beauty Manru terhadap konsep e-bisnis serta peran media digital setelah mengikuti kegiatan edukasi.

Perbedaan utama antara kedua kegiatan pengabdian terletak pada karakteristik mitra dan fokus penerapan e-bisnis. Pengabdian Sukamara (2024) berfokus pada pelaku UMKM dengan penekanan pada pencatatan laporan keuangan digital, sedangkan kegiatan

ini diterapkan pada lembaga kursus dan pelatihan di bidang jasa pendidikan nonformal dengan fokus pada promosi dan pengelolaan layanan. Perbedaan konteks tersebut menunjukkan bahwa e-bisnis bersifat fleksibel dan dapat diterapkan pada berbagai sektor. Berdasarkan perbandingan ini, kegiatan pengabdian selanjutnya direkomendasikan untuk dilanjutkan dengan pendampingan yang lebih aplikatif agar pemahaman e-bisnis yang telah terbentuk dapat diimplementasikan secara optimal dan berkelanjutan.

#### **D. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa edukasi e-bisnis di Yayasan Lady Beauty Manru yang berlokasi di Kisaran, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi peserta. Edukasi yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman pengelola lembaga mengenai konsep dasar e-bisnis dan pentingnya pemanfaatan media digital dalam mendukung daya saing lembaga kursus dan pelatihan. Kegiatan ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk pengembangan kegiatan lanjutan yang lebih aplikatif di masa mendatang.

Meskipun demikian, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan, terutama pada durasi pelaksanaan yang relatif singkat sehingga belum memungkinkan pembahasan yang lebih mendalam dan aplikatif. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan lanjutan berupa pendampingan atau pelatihan yang lebih teknis agar pemahaman yang telah diperoleh dapat diimplementasikan secara lebih optimal.

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kisaran, Kabupaten Asahan, terdapat beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi perhatian ke depan, antara lain sebagai berikut.

- a. Yayasan Lady Beauty Manru disarankan untuk mulai menerapkan strategi e-bisnis secara bertahap, khususnya dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan calon peserta kursus.
- b. Pengelola lembaga diharapkan dapat melanjutkan upaya pengembangan e-bisnis melalui kegiatan pendampingan atau pelatihan lanjutan yang lebih aplikatif dan teknis.
- c. Kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk memiliki durasi yang lebih panjang agar materi e-bisnis dapat disampaikan secara lebih mendalam dan optimal.

- d. Perlu adanya kolaborasi berkelanjutan antara perguruan tinggi dan Yayasan Lady Beauty Manru guna mendukung peningkatan kualitas pengelolaan dan daya saing lembaga kursus dan pelatihan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Yayasan Lady Beauty Manru yang telah bersedia menjadi mitra dan lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tim Dosen juga menyampaikan apresiasi kepada Universitas Royal yang telah memberikan dukungan serta memfasilitasi terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

### DAFTAR REFERENSI

- Dimitrova, R. K. S. (2022). Modern Training of Business Information Systems in E-Commerce. *2022 V International Conference on High Technology for Sustainable Development (HiTech)*. <https://doi.org/10.1109/hitech56937.2022.10145578>
- Girsang, L. R., Situmeang, I. V. ., & Althur, W. (2025). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Promosi Pariwisata Pulau Untung Jawa. *Jurnal Karya Untuk Masyarakat (JKuM)*, *6*(1), 73–83. <https://doi.org/10.36914/r2eexm21>
- Girsang, L. R., Situmeang, I. V. ., Isnaini, M., Ramadaniar, P., & Marvindo, A. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Pemanfaatan Media Digital dalam Pengembangan Usaha Kuliner. *Jurnal Karya Untuk Masyarakat (JKuM)*, *5*(2), 114–124. <https://doi.org/10.36914/sjkabs42>
- Hartini, Wijaya, R., Yusran, H. L., Murwonugroho, W., Siswanto, T., & Buchori, A. (2022). Improving the Ability of E-Business-Based Business Management in the Entrepreneurial Community. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, *6*(2), 196–213. <https://doi.org/10.21009/jpmm.006.2.01>
- Kahveci, E. (2025). Digital Transformation in SMEs: Enablers, Interconnections, and a Framework for Sustainable Competitive Advantage. *Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.3390/admsci15030107>
- Keerberg, A., Kiisla, A., & Mäeltsemees, S. (2013). University Implementing Its Community Service Role Through Curriculum Development in a Regional College. In *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.2383264>

- Nasution, R. A., Herliana, Y., Rangkuti, P. A. br, & Baiti, N. (2023). *Analisis strategi bertahan e-business saat pandemi COVID-19*.  
<https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i2.1053>
- Nicolaou, C. (2022). Information and Communications Technologies Through Technology-Enhanced Learning in Adult Education. In *Advances in Higher Education and Professional Development Book Series* (pp. 73–94).  
<https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4083-4.ch004>
- Prasetya, D. A., & Anggriawan, T. P. (2025). Implementation of Information Technology to Enhance Institutional Presence. *Nusantara Science and Technology Proceedings*, 242–245. <https://doi.org/10.11594/nstp.2025.4737>
- Shalova, N., Korbut, O., & Stavytska, I. (2023). To the issue of ICT integration into the educational process and their use in non-formal education. *Sworld-US Conference Proceedings*, 79–81. <https://doi.org/10.30888/2709-2267.2023-18-01-013>
- Sukmara, A. R. (2024). *Urgensi E-Bisnis dan Pencatatan Laporan Keuangan UMKM pada Era Digital di Desa Jatimekar*. 3(2), 363–373.
- Sun, W., Polyakova, E. Y., Zhang, L., Zhang, W., & Lihan, G. (2024). Introduction of e-commerce elements in the management of modern universities. *E3S Web of Conferences*, 535, 5005. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202453505005>