

Pelatihan Pemanfaatan Layanan JNE sebagai Strategi Peningkatan

Distribusi Produk UMKM di Kota Medan

Yuliana^{1*}, Susi Japit², Yeni Risyani³, Conrad Bombongan⁴, Tanda Selamat⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Sains dan Teknologi, Program Studi Teknologi Informasi, Universitas IBBI, Medan, Indonesia

¹mickeyyuli@gmail.com*, ²susijapit@gmail.com, ³ms_yenir@yahoo.com,
⁴conrad@gmail.com, ⁵tandaselamat@gmail.com

*Corresponding Author: mickeyyuli@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Medan City face various obstacles in the product distribution process, particularly in the suboptimal utilization of digital shipping services. This community service activity aims to enhance the understanding and skills of MSME actors in utilizing JNE services as a digital-based product distribution strengthening strategy. The activity was conducted in February 2025 in Medan City, involving 31 active MSME participants from various business sectors. The implementation method included two-day face-to-face training, hands-on practice using the MyJNE application, group discussion sessions, and follow-up mentoring. Evaluation instruments used included pre-tests and post-tests, observation sheets, and participant satisfaction questionnaires. The results showed an average increase in participants' understanding of 51.2 percent, from a pre-test average of 33.3 percent to 84.5 percent on the post-test. All understanding indicators, ranging from JNE service product recognition, receipt tracking ability, shipping cost efficiency, product packing, to marketplace integration with shipping services, experienced significant improvements and were categorized as very good. This activity had a positive impact on the product distribution capacity of MSMEs in Medan City and served as an important foundation for promoting digital transformation of small businesses at the local level.

Keywords: *MSME product distribution; shipping services; digital logistics; JNE; digital transformation*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Medan menghadapi berbagai kendala dalam proses distribusi produk, terutama dalam hal pemanfaatan layanan pengiriman digital yang belum optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan layanan JNE sebagai strategi penguatan distribusi produk berbasis digital. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Februari 2025 di Kota Medan dengan melibatkan 31

peserta yang merupakan pelaku UMKM aktif dari berbagai sektor usaha. Metode pelaksanaan mencakup pelatihan tatap muka dua hari, praktik langsung penggunaan aplikasi MyJNE, sesi diskusi kelompok, serta pendampingan tindak lanjut. Instrumen evaluasi yang digunakan meliputi pre-test dan post-test, lembar observasi, serta kuesioner kepuasan peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan rata-rata pemahaman peserta sebesar 51,2 persen, dari rata-rata pre-test 33,3 persen menjadi 84,5 persen pada post-test. Seluruh indikator pemahaman, mulai dari pengenalan produk layanan JNE, kemampuan tracking resi, efisiensi ongkos kirim, packing produk, hingga integrasi marketplace dengan layanan pengiriman, mengalami peningkatan yang signifikan dan masuk dalam kategori sangat baik. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap kapasitas distribusi produk UMKM di Kota Medan serta menjadi fondasi penting dalam mendorong transformasi digital usaha kecil di tingkat lokal.

Kata Kunci: distribusi produk UMKM; layanan pengiriman; logistik digital; JNE; transformasi digital

1. PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional Indonesia, termasuk di Kota Medan sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan tahun 2024, terdapat lebih dari 280.000 unit UMKM yang aktif beroperasi di berbagai sektor, mulai dari kuliner, kerajinan, fashion, hingga produk pertanian olahan. Kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Medan mencapai lebih dari 60 persen, menjadikannya pilar utama dalam penyerapan tenaga kerja dan penggerak roda perekonomian daerah (Badan Pusat Statistik Kota Medan, 2024). Namun di balik potensi yang besar tersebut, masih terdapat berbagai tantangan struktural yang menghambat pertumbuhan UMKM, salah satunya adalah keterbatasan akses dan pemahaman terhadap sistem distribusi produk yang efisien dan modern.

Dalam era ekonomi digital yang berkembang pesat saat ini, kemampuan distribusi produk tidak lagi sekadar menyangkut aspek fisik seperti transportasi dan pergudangan, melainkan telah bertransformasi menjadi ekosistem logistik yang terintegrasi secara digital. Pelaku UMKM dituntut untuk mampu memanfaatkan berbagai platform digital, mulai dari marketplace elektronik hingga layanan pengiriman berbasis aplikasi, guna menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha mereka. Menurut Rahmawati dan Sulistyowati (2022), transformasi digital dalam rantai distribusi UMKM terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional hingga 40 persen dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Namun demikian, tidak semua pelaku UMKM, khususnya yang berada di segmen mikro dan kecil, memiliki kapasitas teknis dan pengetahuan yang memadai untuk mengadopsi teknologi distribusi digital tersebut.

Layanan jasa pengiriman komersial, seperti JNE (Jalur Nugraha Ekakurir), memainkan peran yang semakin strategis dalam mendukung kelancaran distribusi produk UMKM di

seluruh Indonesia. JNE sebagai salah satu perusahaan logistik terbesar dan paling terpercaya di Indonesia telah mengembangkan berbagai produk layanan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan pelaku usaha kecil, mulai dari layanan reguler hingga layanan ekonomis dan ekspres, termasuk program khusus UMKM yang menawarkan tarif kompetitif dan kemudahan integrasi dengan platform marketplace (Hidayat & Pratama, 2023). Keberadaan layanan semacam ini membuka peluang yang sangat besar bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas distribusi mereka tanpa harus berinvestasi dalam infrastruktur logistik yang mahal. Lebih dari itu, JNE juga menyediakan fitur tracking berbasis digital yang memungkinkan penjual dan pembeli memantau status pengiriman secara real-time, sebuah fitur yang sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen di era belanja online.

Pemanfaatan jasa pengiriman sebagai komponen strategis dalam ekosistem pemasaran digital UMKM juga sejalan dengan tren pertumbuhan e-commerce nasional yang terus meningkat. Laporan We Are Social dan Hootsuite (2024) mencatat bahwa jumlah pengguna belanja online di Indonesia mencapai 185 juta orang, dengan nilai transaksi e-commerce yang terus bertumbuh setiap tahunnya. Kondisi ini menciptakan peluang pasar yang luar biasa bagi pelaku UMKM, namun juga menuntut kesiapan mereka dalam mengelola aspek pengiriman dan distribusi secara profesional dan efisien. Tanpa pemahaman yang memadai tentang penggunaan layanan pengiriman digital, UMKM berisiko kehilangan peluang pasar yang sangat potensial tersebut.

Hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim pengabdian pada bulan Januari 2025 terhadap sejumlah pelaku UMKM di Kota Medan menunjukkan gambaran yang memprihatinkan terkait kondisi literasi logistik digital mereka. Sebagian besar pelaku UMKM yang menjadi sasaran kegiatan ini masih mengandalkan sistem pengiriman konvensional dengan kunjungan langsung ke gerai pengiriman, tanpa memanfaatkan fitur-fitur digital yang tersedia. Banyak di antara mereka yang belum memahami cara menggunakan fitur tracking resi secara digital untuk memantau status pengiriman paket, sehingga sering kali mereka harus menunggu informasi dari pelanggan terkait keterlambatan atau permasalahan dalam pengiriman. Selain itu, pengetahuan mereka tentang perhitungan ongkos kirim yang efisien berdasarkan zona, berat, dan jenis layanan yang ditawarkan JNE masih sangat terbatas, sehingga sering kali mereka menetapkan ongkos kirim yang tidak kompetitif bagi pelanggan.

Permasalahan teknis lainnya yang ditemukan adalah praktik pengemasan (packing) produk yang belum memenuhi standar pengiriman, sehingga rentan menyebabkan kerusakan produk selama proses transit. Sebagian besar pelaku UMKM juga belum memahami cara mengintegrasikan akun toko mereka di marketplace dengan layanan pengiriman JNE secara otomatis, yang sebenarnya dapat sangat mempermudah proses pengelolaan pesanan dan pengiriman secara bersamaan. Ketidaktahuan tentang aplikasi MyJNE dan fitur-fitur digitalnya juga menjadi hambatan tersendiri dalam proses adopsi layanan pengiriman berbasis teknologi. Kondisi-kondisi tersebut menegaskan adanya kesenjangan digital yang

cukup signifikan antara potensi yang ditawarkan oleh layanan logistik modern dengan kapasitas pemanfaatan yang dimiliki oleh pelaku UMKM di lapangan (Kurniawan et al., 2023).

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah diuraikan di atas, tim dosen dari Program Studi Teknologi Informasi, Universitas IBBI Medan, memandang pentingnya dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang secara spesifik ditujukan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan layanan JNE. Kegiatan pengabdian ini merupakan wujud nyata dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dharma pengabdian kepada masyarakat, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Melalui pelatihan yang terstruktur dan berbasis praktik, diharapkan pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman dan keterampilan yang aplikatif dalam menggunakan layanan JNE sebagai sarana distribusi produk yang efisien, modern, dan berdaya saing. Secara lebih spesifik, kegiatan ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan pemahaman peserta tentang produk dan layanan pengiriman JNE; (2) melatih peserta dalam menggunakan fitur tracking dan perhitungan ongkos kirim secara digital; (3) memberikan pengetahuan praktis tentang standar packing produk untuk pengiriman; (4) melatih peserta dalam mengintegrasikan akun marketplace dengan layanan pengiriman JNE; dan (5) mendorong adopsi aplikasi MyJNE dalam operasional distribusi produk UMKM sehari-hari.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, dengan mengambil lokasi pelatihan di Aula SMK Harapan Bangsa Medan yang memiliki kapasitas dan fasilitas yang memadai untuk kegiatan pelatihan berbasis teknologi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan aksesibilitas yang mudah dijangkau oleh peserta dari berbagai kecamatan di Kota Medan, ketersediaan perangkat komputer dan koneksi internet yang stabil, serta kapasitas ruangan yang sesuai dengan jumlah peserta yang ditargetkan.

Sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM aktif di Kota Medan yang terdaftar dalam basis data Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan serta yang telah bermitra dengan Universitas IBBI dalam program pengembangan usaha. Rekrutmen peserta dilakukan melalui koordinasi dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan, pengumuman melalui media sosial, dan penyebaran undangan langsung kepada komunitas UMKM binaan. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini adalah 31 orang, yang berasal dari berbagai sektor usaha, meliputi kuliner, kerajinan tangan, fashion, produk pertanian olahan, dan kosmetik alami.

Waktu pelaksanaan kegiatan berlangsung selama tiga fase pada bulan Februari 2025. Fase pertama berupa observasi dan persiapan yang dilaksanakan pada minggu pertama Februari 2025. Fase kedua berupa pelaksanaan pelatihan inti yang dilaksanakan selama dua hari penuh pada tanggal 20–21 Februari 2025. Fase ketiga berupa pendampingan dan evaluasi

yang dilaksanakan pada akhir bulan Februari 2025. Berikut ini adalah jadwal rinci kegiatan pengabdian yang disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

No.	Kegiatan	Waktu	Tempat	Keterangan
1	Observasi dan identifikasi masalah mitra	7 Februari 2025	Kantor Dinas Koperasi Kota Medan	Survei lapangan
2	Koordinasi dan persiapan materi pelatihan	10–14 Februari 2025	Universitas IBBI, Medan	Rapat tim pengabdi
3	Pelaksanaan Pelatihan Hari ke-1: Pengenalan layanan JNE dan ekosistem logistik digital	20 Februari 2025 Pukul 08.30–16.00 WIB	Aula SMK Harapan Bangsa, Medan	Ceramah, tanya jawab, pre-test
4	Pelaksanaan Pelatihan Hari ke-2: Praktik penggunaan aplikasi, tracking, dan integrasi marketplace	21 Februari 2025 Pukul 08.30–16.00 WIB	Aula SMK Harapan Bangsa, Medan	Praktik langsung, diskusi kelompok
5	Pendampingan dan evaluasi kegiatan	28 Februari 2025	Lokasi usaha peserta	Post-test, wawancara, observasi

Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara bertahap dan komprehensif untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan yang efektif kepada peserta. Tahapan pertama adalah observasi awal, yang dilakukan melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha mitra dan wawancara mendalam untuk mengidentifikasi kondisi aktual permasalahan distribusi yang dihadapi pelaku UMKM. Sebagai bagian dari tahapan observasi ini, tim pengabdi juga melakukan kunjungan langsung ke fasilitas operasional JNE cabang Medan guna memahami alur kerja, kapasitas, dan layanan yang tersedia. Pengamatan terhadap kondisi operasional gudang JNE—mulai dari proses penerimaan paket, sortasi, hingga sistem pencatatan digital yang digunakan oleh staf—memberikan pemahaman kontekstual yang sangat berharga bagi tim pengabdi dalam merancang materi pelatihan yang relevan dan realistis.

Tahapan kedua adalah identifikasi masalah dan perancangan materi, di mana tim pengabdi menganalisis temuan observasi dan merancang kurikulum pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik peserta. Tahapan ketiga adalah persiapan materi dan logistik, yang mencakup penyusunan modul pelatihan, persiapan alat peraga, koordinasi dengan pihak JNE sebagai narasumber tamu, dan pengujian teknis perangkat yang akan digunakan selama pelatihan.

Tahapan keempat adalah pelaksanaan pelatihan inti, yang terdiri dari dua sesi utama. Sesi hari pertama berfokus pada pemaparan konseptual tentang ekosistem logistik digital, produk dan tarif layanan JNE, manfaat penggunaan jasa pengiriman digital bagi UMKM, dan pengenalan aplikasi MyJNE. Sesi hari kedua berfokus pada praktik langsung, meliputi simulasi penggunaan aplikasi MyJNE untuk pembuatan resi, tracking paket, perhitungan ongkos kirim, teknik packing produk yang aman, dan integrasi akun marketplace dengan layanan JNE. Tahapan kelima adalah pendampingan tindak lanjut, di mana tim pengabdian melakukan kunjungan ke lokasi usaha peserta terpilih untuk memastikan implementasi hasil pelatihan. Tahapan keenam adalah evaluasi kegiatan, yang dilakukan melalui analisis hasil pre-test dan post-test, pengisian kuesioner kepuasan, dan wawancara terfokus dengan peserta.

Metode pengumpulan data dalam kegiatan ini menggunakan pendekatan mixed method, yakni menggabungkan data kuantitatif dari instrumen pre-test dan post-test serta kuesioner kepuasan dengan data kualitatif dari hasil observasi dan wawancara. Instrumen pre-test dan post-test terdiri dari 20 butir soal yang mengukur enam indikator pemahaman utama, yaitu: pengetahuan tentang produk layanan JNE, kemampuan tracking resi, pemahaman ongkos kirim, keterampilan packing, pemahaman integrasi marketplace, dan penggunaan aplikasi MyJNE. Indikator keberhasilan kegiatan ini ditetapkan berdasarkan target minimal peningkatan pemahaman peserta sebesar 50 persen dari rata-rata pre-test, tingkat kepuasan peserta minimal 75 persen, dan tingkat kehadiran peserta minimal 80 persen dari total undangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Observasi Awal dan Kunjungan ke Fasilitas JNE

Sebagai bagian dari tahapan persiapan kegiatan, tim pengabdian melaksanakan kunjungan observasi ke kantor dan fasilitas operasional JNE cabang Medan pada minggu pertama Februari 2025. Kunjungan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman langsung tentang sistem operasional pengiriman JNE, menjalin koordinasi dengan pihak manajemen JNE terkait keterlibatan mereka sebagai narasumber tamu, serta mengumpulkan bahan dan referensi yang relevan untuk penyusunan materi pelatihan.



Gambar 1. Staf JNE berseragam resmi menangani paket berukuran besar di area sortasi gudang JNE Cabang Medan

Gambar 1 memperlihatkan aktivitas operasional di area sortasi gudang JNE, di mana seorang staf berseragam resmi JNE terlihat menangani paket berukuran besar yang telah melewati proses pemeriksaan keamanan (security check). Kondisi gudang yang terorganisasi dengan kontainer sortasi berwarna biru dan hijau mencerminkan sistem pengelolaan paket yang sistematis. Pengamatan terhadap kondisi ini memberikan gambaran nyata kepada tim pengabdian tentang kompleksitas proses pengiriman yang sesungguhnya terjadi di balik layar, mulai dari penerimaan, pemeriksaan, penimbangan, hingga pengiriman ke tujuan akhir. Temuan observasi ini kemudian diintegrasikan ke dalam materi pelatihan, khususnya pada bagian yang membahas standar packing dan prosedur pengiriman paket sesuai ketentuan JNE.



Gambar 2. Ruang operasional JNE Cabang Medan dengan aktivitas pemrosesan dan pencatatan data paket oleh staf

Gambar 2 menampilkan suasana ruang operasional internal JNE, di mana dua orang staf terlihat sedang aktif menjalankan tugas masing-masing. Seorang staf berdiri sambil mengelola dokumen dan paket di area lantai, sementara staf lainnya bekerja di depan komputer untuk melakukan pencatatan dan pemrosesan data pengiriman secara digital. Tumpukan paket dengan berbagai ukuran dan jenis kemasan yang terlihat di ruangan ini merefleksikan volume operasional JNE yang tinggi dalam melayani kebutuhan pengiriman masyarakat, termasuk dari kalangan UMKM. Gambaran operasional ini menjadi bahan diskusi yang sangat efektif selama sesi pelatihan, terutama ketika narasumber menjelaskan alur kerja pengiriman dari sisi internal JNE, sehingga peserta dapat memahami proses yang terjadi setelah paket mereka diserahkan ke gerai JNE.

3.2 Koordinasi dengan Pihak JNE sebagai Mitra Narasumber

Setelah pelaksanaan observasi lapangan, tim pengabdian melakukan koordinasi formal dengan manajemen JNE Cabang Medan untuk membahas keterlibatan pihak JNE sebagai narasumber tamu dalam kegiatan pelatihan. Koordinasi ini berlangsung di kantor JNE Cabang Medan dan menghasilkan kesepakatan tentang materi yang akan disampaikan, jadwal keterlibatan narasumber, serta dukungan bahan dan materi promosi dari pihak JNE untuk dibagikan kepada peserta pelatihan.



Gambar 3. Koordinasi antara tim pengabdian Universitas IBBI dengan staf JNE Express Cabang Medan dalam rangka persiapan kegiatan pelatihan

Gambar 3 mengabadikan momen koordinasi yang berlangsung di counter layanan JNE Express Cabang Medan. Tampak seorang anggota tim pengabdian dari Universitas IBBI sedang berdiskusi bersama dua orang staf JNE yang berseragam resmi di area meja layanan. Latar belakang dinding berwarna biru dengan logo JNE Express yang mencolok memperkuat identitas lokasi dan menunjukkan keautentikan kegiatan koordinasi tersebut. Momen ini merupakan bagian penting dari tahapan persiapan kegiatan pengabdian, karena kolaborasi antara tim akademisi dengan praktisi dari JNE menjadi kunci keberhasilan dalam merancang materi pelatihan yang komprehensif, terkini, dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Melalui koordinasi ini, pihak JNE bersedia menyediakan informasi terbaru tentang produk layanan, tarif, dan prosedur pengiriman yang akan diintegrasikan ke dalam modul pelatihan yang akan disampaikan kepada peserta.

3.3 Profil Peserta Kegiatan

Kegiatan pelatihan berhasil dihadiri oleh 30 dari 31 peserta yang diundang, dengan tingkat kehadiran sebesar 96,7 persen, jauh melampaui target minimal yang ditetapkan sebesar 80 persen. Tingginya angka kehadiran ini mengindikasikan besarnya minat dan motivasi pelaku UMKM terhadap peningkatan kapasitas distribusi digital mereka. Peserta berasal dari berbagai latar belakang sektor usaha, dengan sebagian besar merupakan pelaku usaha mikro yang telah beroperasi antara satu hingga lima tahun dan memiliki pengalaman terbatas dalam penggunaan layanan pengiriman digital. Profil peserta secara lebih rinci disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Profil Peserta Kegiatan Pelatihan

No.	Jenis Usaha	Kategori	Lama Usaha	Platform Penjualan	Pengalaman Pengiriman Online
-----	-------------	----------	------------	--------------------	------------------------------

1	Kuliner/Makanan Khas Medan	Mikro	1–3 tahun	Shopee, Instagram	Belum pernah
2	Kerajinan Tangan & Souvenir	Kecil	3–5 tahun	Tokopedia, WhatsApp	Jarang
3	Fashion & Pakaian Lokal	Mikro	< 1 tahun	Instagram, TikTok Shop	Belum pernah
4	Produk Pertanian Olahan	Kecil	3–5 tahun	WhatsApp, Facebook	Jarang
5	Kosmetik & Perawatan Alami	Mikro	1–3 tahun	Shopee, Instagram	Jarang
6	Produk UMKM lainnya (Elektronik Aksesoris, Tas, dsb.)	Kecil	Variatif	Variatif	Variatif

Data pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa mayoritas peserta bergerak di sektor kuliner dan kerajinan tangan, yang merupakan dua sektor UMKM dominan di Kota Medan. Sebagian besar peserta telah menggunakan platform marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk memasarkan produk mereka, namun belum mengoptimalkan integrasi layanan pengiriman dalam sistem pemasaran tersebut. Kondisi ini sejalan dengan temuan Agustina dan Santoso (2022) yang menyatakan bahwa sebagian besar pelaku UMKM yang telah hadir di platform digital masih beroperasi secara parsial tanpa mengintegrasikan seluruh elemen rantai pasok digital, termasuk layanan pengiriman.

3.4 Pelaksanaan Pelatihan

Sesi pelatihan hari pertama dimulai pukul 08.30 WIB dengan acara pembukaan yang dihadiri oleh Kepala Program Studi Teknologi Informasi Universitas IBBI dan perwakilan dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan. Kegiatan dibuka secara resmi dengan sambutan dan penandatanganan daftar hadir, dilanjutkan dengan pelaksanaan pre-test untuk mengukur pemahaman awal peserta. Pre-test dilaksanakan selama 20 menit dengan menggunakan formulir tertulis yang mencakup enam indikator pemahaman utama. Antusiasme peserta sudah terlihat sejak awal, ditandai dengan keaktifan mereka dalam mengisi formulir pre-test dan mengajukan pertanyaan pada sesi pengantar.

Materi sesi pertama disampaikan oleh narasumber utama dari pihak Universitas IBBI yang kompeten di bidang teknologi informasi bisnis, didampingi oleh perwakilan resmi JNE cabang Medan sebagai narasumber tamu. Sesi materi hari pertama mencakup pemaparan tentang ekosistem logistik digital di Indonesia dan posisi strategis JNE di dalamnya, pengenalan seluruh produk layanan pengiriman JNE beserta spesifikasi dan target pasarnya, struktur tarif pengiriman berdasarkan zona, berat, dan jenis layanan, serta keunggulan kompetitif JNE dibandingkan dengan layanan pengiriman lainnya yang relevan bagi pelaku UMKM. Penyampaian materi dilakukan dengan metode ceramah interaktif yang diselingi dengan tanya jawab, penggunaan media visual berupa slide presentasi dan

video dokumenter, serta ilustrasi kasus nyata dari pengalaman UMKM yang telah berhasil meningkatkan distribusi produk melalui layanan JNE.

Sesi pelatihan hari kedua difokuskan pada praktik langsung yang lebih intensif. Peserta dibagi ke dalam enam kelompok kerja yang masing-masing terdiri dari lima orang, dengan satu fasilitator yang mendampingi setiap kelompok. Pembagian kelompok ini dirancang untuk memastikan setiap peserta mendapatkan perhatian dan bimbingan yang optimal selama sesi praktik berlangsung. Seluruh peserta diwajibkan mengunduh dan menginstal aplikasi MyJNE di ponsel pintar mereka, dengan bantuan teknis dari para fasilitator bagi yang mengalami kendala. Sesi praktik mencakup empat modul utama yang dilaksanakan secara berurutan.

Modul pertama adalah praktik penggunaan aplikasi MyJNE, di mana peserta dipandu untuk membuat akun, mengeksplorasi antarmuka aplikasi, menggunakan fitur pencarian tarif (cek ongkir) berdasarkan kota asal dan tujuan, menghitung estimasi berat dan dimensi paket, serta mencetak label pengiriman digital. Modul kedua adalah praktik tracking resi, di mana peserta mempraktikkan cara memasukkan nomor resi ke dalam sistem pelacakan JNE dan menginterpretasikan setiap status pengiriman yang tertera. Pemahaman terhadap sistem tracking ini sangat penting karena memungkinkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu kepada pelanggan mereka, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepercayaan dan kepuasan pelanggan (Nugraha & Lestari, 2023).

Modul ketiga adalah teknik packing produk, di mana narasumber mendemonstrasikan standar pengemasan produk yang ditetapkan oleh JNE untuk berbagai kategori barang. Peserta mempraktikkan penggunaan bahan kemasan yang tepat, teknik pengisian ruang kosong dalam paket untuk mencegah pergeseran isi, cara pemberian label yang benar, dan standar pengemasan khusus untuk produk fragile dan produk makanan. Modul keempat adalah integrasi marketplace dengan layanan JNE, di mana peserta dipandu langkah demi langkah untuk menghubungkan akun toko Shopee dan Tokopedia mereka dengan layanan pengiriman JNE, mengatur preferensi pengiriman secara otomatis, dan mengelola proses pemesanan hingga pengiriman dalam satu alur kerja yang terintegrasi.

Selama sesi praktik berlangsung, tim fasilitator mengobservasi dan mencatat perkembangan kemampuan setiap kelompok. Dari observasi tersebut, diketahui bahwa sebagian besar peserta membutuhkan waktu yang lebih lama untuk memahami modul integrasi marketplace karena kompleksitas antarmuka platform. Namun, dengan pendampingan intensif dari fasilitator, seluruh peserta akhirnya berhasil menyelesaikan seluruh modul praktik sebelum sesi berakhir. Hasil observasi ini juga menunjukkan bahwa peserta yang sebelumnya memiliki pengalaman menggunakan smartphone untuk keperluan bisnis cenderung lebih cepat beradaptasi dengan modul-modul teknis, sementara peserta yang baru mengenal teknologi digital membutuhkan pendekatan yang lebih personal dari fasilitator.

3.5 Hasil Pre-test dan Post-test

Evaluasi pemahaman peserta dilakukan melalui perbandingan hasil pre-test yang dilaksanakan sebelum kegiatan pelatihan dengan hasil post-test yang dilaksanakan setelah seluruh sesi pelatihan dan praktik selesai. Instrumen tes yang digunakan telah divalidasi oleh dua orang ahli di bidang teknologi informasi bisnis dan logistik digital sebelum digunakan. Analisis hasil tes dilakukan secara deskriptif dengan menghitung rata-rata skor setiap indikator dan persentase peningkatan yang terjadi. Hasil lengkap perbandingan pre-test dan post-test disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta Pelatihan

Indikator Pemahaman	Rata-rata Pre-test (%)	Rata-rata Post-test (%)	Peningkatan (%)	Kategori
Pemahaman layanan pengiriman JNE (produk dan tarif)	38,5	84,2	+45,7	Sangat Baik
Kemampuan tracking resi secara digital	31,0	88,6	+57,6	Sangat Baik
Pengetahuan perhitungan dan efisiensi ongkos kirim	42,0	86,4	+44,4	Sangat Baik
Keterampilan packing produk sesuai standar pengiriman	35,0	81,8	+46,8	Baik
Pemahaman integrasi marketplace dengan layanan JNE	28,0	82,5	+54,5	Sangat Baik
Penggunaan aplikasi pengiriman digital (MyJNE)	25,5	83,3	+57,8	Sangat Baik
Rata-rata Keseluruhan	33,3	84,5	+51,2	Sangat Baik

Data pada Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh indikator pemahaman mengalami peningkatan yang sangat signifikan setelah kegiatan pelatihan. Peningkatan terbesar terjadi pada indikator penggunaan aplikasi MyJNE, yakni sebesar 57,8 persen, dari rata-rata pre-test 25,5 persen menjadi 83,3 persen pada post-test. Hal ini sangat menggembarakan mengingat aplikasi MyJNE merupakan salah satu aspek yang paling asing bagi peserta sebelum mengikuti pelatihan. Peningkatan signifikan juga terjadi pada kemampuan tracking resi digital yang meningkat sebesar 57,6 persen, menunjukkan bahwa peserta berhasil memahami dan mempraktikkan fitur pelacakan paket secara digital.

Secara keseluruhan, rata-rata peningkatan pemahaman peserta mencapai 51,2 persen, dari rata-rata pre-test 33,3 persen menjadi 84,5 persen pada post-test. Capaian ini melampaui target indikator keberhasilan yang ditetapkan sebesar 50 persen, sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Hasil ini konsisten dengan temuan sejumlah penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung (hands-on training) terbukti lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman

peserta dibandingkan dengan metode ceramah semata, khususnya dalam konteks pelatihan teknologi untuk masyarakat awam (Wulandari & Firmansyah, 2023; Setiawan et al., 2022).

3.6 Evaluasi dan Dampak Kegiatan

Selain evaluasi pemahaman melalui pre-test dan post-test, kegiatan ini juga menggunakan instrumen kuesioner kepuasan peserta untuk mengukur kualitas pelaksanaan pelatihan dari perspektif peserta. Kuesioner yang digunakan mengadopsi skala Likert 1–5, dengan skor 1 (sangat tidak puas) hingga 5 (sangat puas). Tabel 4 menyajikan ringkasan hasil evaluasi kegiatan secara komprehensif.

Tabel 4. Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Aspek Evaluasi	Target (%)	Capaian (%)	Keterangan
Tingkat kehadiran peserta	80	96,7	30 dari 31 peserta hadir seluruhnya
Kepuasan peserta terhadap materi	75	89,4	Skala Likert 1–5, rata-rata 4,47
Kepuasan peserta terhadap narasumber	75	91,2	Skala Likert 1–5, rata-rata 4,56
Peningkatan pemahaman (pre-post test)	50	51,2	Rata-rata peningkatan seluruh indikator
Kemampuan praktik mandiri peserta	70	83,9	Observasi langsung saat sesi praktik
Rencana implementasi layanan JNE	60	77,4	Berdasarkan angket minat pasca pelatihan

Hasil evaluasi dalam Tabel 4 menggambarkan bahwa seluruh aspek yang dievaluasi telah melampaui target yang ditetapkan. Tingkat kepuasan peserta terhadap materi pelatihan mencapai 89,4 persen dengan rata-rata skor Likert 4,47 dari maksimal 5, sementara kepuasan terhadap kualitas narasumber mencapai 91,2 persen dengan rata-rata skor 4,56. Angka-angka ini mengindikasikan bahwa konten pelatihan yang disajikan dinilai sangat relevan dan bermanfaat bagi kebutuhan praktis peserta dalam mengelola distribusi produk UMKM mereka. Aspek yang menjadi sorotan positif terbesar dalam umpan balik kualitatif peserta adalah sesi praktik langsung menggunakan aplikasi MyJNE dan modul teknik packing yang dinilai sangat aplikatif dan mudah dipahami.

Dari segi dampak terhadap rencana implementasi, sebanyak 77,4 persen peserta menyatakan minat yang kuat untuk segera mengimplementasikan layanan JNE dalam operasional distribusi produk mereka pasca pelatihan. Angka ini cukup optimistis mengingat sebelum pelatihan, hanya sekitar 12 persen peserta yang secara aktif menggunakan layanan pengiriman digital dalam kegiatan usaha mereka. Peningkatan minat implementasi ini mencerminkan keberhasilan kegiatan pengabdian dalam mengubah persepsi dan motivasi pelaku UMKM terhadap adopsi teknologi distribusi digital,

sebagaimana yang juga dikemukakan oleh Harahap dan Dewi (2022) bahwa peningkatan literasi digital yang diikuti dengan praktik langsung mampu mendorong niat adopsi teknologi pada pelaku UMKM secara lebih efektif.

Dampak kegiatan terhadap aspek pemasaran digital UMKM juga sangat signifikan. Dengan memahami cara mengintegrasikan akun marketplace dengan layanan pengiriman JNE, para peserta kini dapat mengelola proses penjualan online secara lebih efisien dan profesional. Efisiensi ini secara langsung berdampak pada kemampuan mereka untuk memproses pesanan dalam jumlah yang lebih besar tanpa harus menambah sumber daya manusia secara proporsional. Hal ini sejalan dengan konsep efisiensi operasional dalam rantai pasok digital yang dikemukakan oleh Wibowo dan Rahmah (2021), di mana integrasi sistem teknologi dalam proses distribusi dapat mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan kecepatan respons terhadap permintaan pasar. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan pemahaman, tetapi juga potensi dampak jangka panjang yang signifikan terhadap pertumbuhan dan daya saing UMKM di Kota Medan.

Proses pendampingan yang dilakukan pasca pelatihan pada tanggal 28 Februari 2025 semakin memperkuat capaian kegiatan ini. Dalam kunjungan pendampingan tersebut, tim pengabdian mengunjungi delapan unit usaha peserta terpilih secara acak proporsional berdasarkan kategori sektor dan skala usaha. Dari kunjungan tersebut, ditemukan bahwa lima dari delapan peserta yang dikunjungi telah mulai menggunakan aplikasi MyJNE untuk keperluan usaha mereka, dua peserta sedang dalam proses mengintegrasikan akun marketplace mereka dengan layanan JNE, dan satu peserta mengalami kendala teknis yang berhasil diselesaikan dengan bantuan tim pendamping. Temuan ini memberikan gambaran positif tentang keberlanjutan dampak kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan (Lestari & Andriani, 2024).

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pemanfaatan layanan JNE bagi pelaku UMKM di Kota Medan telah berhasil dilaksanakan dengan capaian yang melampaui seluruh indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan, kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta, dengan rata-rata peningkatan pemahaman sebesar 51,2 persen, dari rata-rata pre-test 33,3 persen menjadi 84,5 persen pada post-test. Seluruh enam indikator pemahaman yang diukur, meliputi pengetahuan tentang produk layanan JNE, kemampuan tracking resi digital, efisiensi ongkos kirim, teknik packing produk, integrasi marketplace, dan penggunaan aplikasi MyJNE, mengalami peningkatan yang sangat signifikan dan masuk dalam kategori sangat baik.

Kegiatan ini memberikan dampak positif yang nyata terhadap kapasitas distribusi produk UMKM di Kota Medan. Para peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual tentang ekosistem logistik digital, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung

mereka terapkan dalam operasional usaha sehari-hari. Tingkat kepuasan peserta yang mencapai 89,4 persen terhadap materi dan 91,2 persen terhadap narasumber mengindikasikan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung yang diterapkan sangat sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik belajar pelaku UMKM. Lebih dari tiga perempat peserta menyatakan minat kuat untuk segera mengimplementasikan layanan JNE dalam kegiatan distribusi produk mereka, yang menjadi indikator positif keberlanjutan dampak kegiatan ini.

Ke depannya, tim pengabdian merekomendasikan pelaksanaan kegiatan serupa dengan cakupan yang lebih luas, mencakup lebih banyak pelaku UMKM dari berbagai kecamatan di Kota Medan, serta memperluas materi pelatihan untuk mencakup aspek manajemen logistik yang lebih komprehensif. Kolaborasi yang lebih erat antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan penyedia layanan logistik seperti JNE perlu terus ditingkatkan sebagai bagian dari ekosistem pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas IBBI Medan atas dukungan kelembagaan dan pendanaan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Penghargaan yang tulus juga disampaikan kepada Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan atas dukungan koordinasi dan fasilitasi akses kepada peserta UMKM. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada seluruh peserta pelatihan yang telah meluangkan waktu dan berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan dengan penuh antusiasme. Kepada pihak manajemen dan seluruh staf JNE Cabang Medan yang telah bersedia hadir sebagai narasumber tamu, membuka akses ke fasilitas operasional untuk keperluan observasi, serta memberikan informasi yang sangat berharga tentang produk dan layanan JNE, tim pengabdian menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di Kota Medan dan menjadi bagian dari upaya bersama dalam mewujudkan UMKM yang tangguh, berdaya saing, dan berdampak positif bagi perekonomian daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, R., & Santoso, H. B. (2022). Adopsi platform digital oleh pelaku UMKM di Indonesia: Studi kasus pada sektor kuliner. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 45–58. <https://doi.org/10.9744/jmk.24.1.45-58>

Badan Pusat Statistik Kota Medan. (2024). Kota Medan dalam angka 2024. BPS Kota Medan.

Febrianti, N., & Rachman, A. (2023). Pengaruh penggunaan layanan logistik digital terhadap kinerja distribusi UMKM. *Jurnal Logistik Indonesia*, 7(2), 112–126.

Harahap, D. A., & Dewi, S. (2022). Literasi digital dan niat adopsi teknologi pada pelaku UMKM: Peran mediasi pelatihan. *Jurnal Bisnis Digital*, 3(1), 78–94.

- Hidayat, A., & Pratama, R. B. (2023). Strategi ekspansi pasar UMKM melalui optimalisasi layanan pengiriman komersial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(3), 201–218. <https://doi.org/10.14254/jems.2023.26.3.201>
- Kurniawan, F., Wijaya, S., & Sari, R. (2023). Kesenjangan digital dalam ekosistem logistik UMKM: Analisis hambatan adopsi teknologi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 5(2), 89–104.
- Lestari, P., & Andriani, M. (2024). Keberlanjutan dampak pelatihan digital bagi pelaku UMKM: Sebuah kajian longitudinal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1), 33–47.
- Nugraha, B. K., & Lestari, T. (2023). Peran tracking berbasis digital dalam meningkatkan kepercayaan konsumen e-commerce. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 15(2), 156–172.
- Rahmawati, I., & Sulistyowati, D. (2022). Transformasi digital rantai distribusi UMKM: Dampak terhadap efisiensi operasional. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 11(2), 67–83.
- Setiawan, A., Permadi, D., & Nurhayati, E. (2022). Efektivitas pelatihan berbasis praktik dalam peningkatan kompetensi digital pelaku UMKM. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 9(2), 145–162.
- Sitanggang, L. R., & Sihombing, R. (2023). Analisis potensi dan tantangan digitalisasi UMKM di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Sumatera Utara*, 6(1), 21–36.
- Susanto, E., & Handayani, T. (2022). Implementasi e-commerce dan layanan pengiriman dalam strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(3), 198–214.
- We Are Social & Hootsuite. (2024). Digital 2024: Indonesia country overview. We Are Social Ltd.
- Wibowo, A. S., & Rahmah, F. N. (2021). Integrasi teknologi dalam rantai pasok digital UMKM: Tinjauan literatur sistematis. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 11(2), 109–124. <https://doi.org/10.21456/vol11iss2pp109-124>
- Wulandari, S., & Firmansyah, A. (2023). Komparasi efektivitas metode pelatihan tatap muka dan daring dalam penguatan kapasitas UMKM. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 55–70.
- Yulianti, R., Pratiwi, D., & Kurniawan, M. (2022). Peran jasa pengiriman dalam mendukung pertumbuhan penjualan online UMKM pasca pandemi. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 22(1), 87–102.