

PENINGKATAN KEMAMPUAN MASYARAKAT DALAM MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR MENGGUNAKAN E-COMMERCE

Rinny Meidiyustiani^{1)*}, Retno Fuji Oktaviani²⁾, Imelda³⁾, Hakam Ali Niazi ⁴⁾, Heni Iswati⁵
Nora Andira Brabo⁶

¹⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

³⁾Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi

⁴⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{5,6)}Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Budi Luhur, Indonesia

*Corresponding author: rinny.meidiyustiani@budiluhur.ac.id

Received: 21-09- 2023	Revised: 25-09-2023	Approved: 01-10-2023
-----------------------	---------------------	----------------------

ABSTRAK

Masyarakat Desa Mekarwangi memiliki hasil tani dan olahan bumi seperti keceprek, emping dan olahan tani lainnya. Namun masyarakat terkendala untuk menjual dan mendistribusikan produk yang mereka hasilkan. Tujuan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan masyarakat dalam menjual dan mendistribusikan produknya dengan memperluas jangkauan pasar menggunakan e-commerce. Permasalahan lainnya adalah masyarakat tidak paham memanfaatkan teknologi, sedangkan *smartphone* hanya digunakan untuk bersosial media. Metode yang diterapkan adalah metode presentasi, diskusi tanya jawab dan evaluasi dengan *pre-test* dan *post-test*. Kegiatan PkM ini dilaksanakan pada tanggal 09 Februari 2023, diikuti oleh 24 peserta. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah adanya peningkatan pengetahuan peserta dan memicu motivasi untuk selalu berpikir inovatif dan kreatif, sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Jangkauan Pasar, *E-Commerce*

PENDAHULUAN

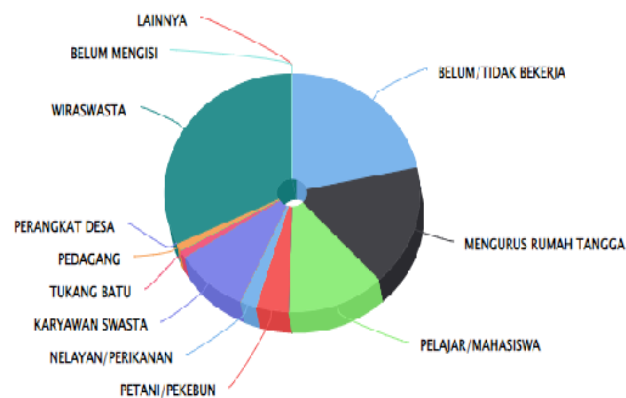
Transformasi digital merupakan upaya dari usaha dan bisnis kecil untuk meningkatkan daya saingnya melalui pemanfaatan e-commerce. Perkembangan bisnis e-commerce di Indonesia tumbuh sangat pesat, sebagai dampak pandemi Covid-19. Dengan banyaknya contoh kesuksesan dari pelaku usaha dan bisnis kecil, membuat banyak masyarakat termotivasi untuk menjadi *entrepreneur*. Namun, terdapat hal penting yang harus disiapkan yaitu persaingan ketat yang menanti oleh para pendatang baru.

Salah satu manfaat adanya perkembangan teknologi dan internet ini ialah berkembangnya e-commerce. E-commerce atau dikenal sebagai perdagangan elektronik merupakan aktivitas jual beli barang atau jasa dengan menggunakan jaringan telekomunikasi atau jaringan komputer lainnya. (Thresia, 2022). Adapun kebermanfaatannya yang bisa dicapai adalah: jangkauan yang luas, waktu tidak dibatasi, biaya yang dikeluarkan lebih murah, transaksi dan pengiriman tergolong mudah dan dapat dilakukan dimana saja.

Desa Mekarwangi adalah sebuah Desa yang terletak di Kecamatan Cariu Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat. Desa Mekarwangi merupakan pemekaran dari Desa Selawangi dan Karyamekar. Nama Mekarwangi memiliki harapan agar sebuah desa dari pemekaran

desa selawangi ini dapat berkembang dan memiliki nama yang wangi di Kecamatan Cariu Kab. Bogor ini. Letak Geografis Desa Mekarwangi adalah salah satu desa di Kecamatan Cariu yang mempunyai luas wilayah ±8.765.280 M2. Jumlah penduduk Desa Mekarwangi sebanyak 5.052 Jiwa yang terdiri dari 2.533 laki-laki dan 2.455 perempuan dengan jumlah Kepala Keluarga sebanyak 1.652 KK. Sedangkan jumlah Keluarga Miskin (Gakin) 420 KK dengan persentase 10,5% dari jumlah keluarga yang ada di Desa Mekarwangi.

Terbentuknya Desa Mekarwangi terjadi setelah terjadinya pemekaran Desa Selawangi tepatnya Pada Tahun 1974, sejak saat itulah terbentuklah Pemerintahan Desa Mekarwangi Visi dan Misi dari Desa Mekar Wangi salah satunya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan meningkatkan sarana dan prasarana ekonomi warga.



Gambar 1. Profil Demografi Desa Mekar Wangi

Berdasarkan profil masyarakat Desa Mekar Wangi dapat kita lihat dari pekerjaan yang rata-rata yang lebih banyak sebagai wiraswasta, petani, juga pekerja swasta dan banyak juga yang belum bekerja. Pada sektor ekonomi kreatif masyarakat memiliki usaha mikro kecil menengah (UMKM) akan tetapi masih bersifat tradisional dalam segi kemasan dan pemasaran. Sumber daya manusia yang ada di Desa Mekar Wangi menjadi perhatian dan perlu peningkatan melalui program-program kegiatan yang membangun, memiliki potensi sumber daya alam yang banyak akan tetapi dalam pengelolaannya belum difungsikan secara maksimal. Perlu adanya pelatihan-pelatihan yang meningkatkan keterampilan masyarakat yang pada akhirnya terjadi pemberdayaan masyarakat desa dan meningkatkan perekonomian.(Hidayat et al., 2022).

Memang ini menjadi permasalahan yang selalu dihadapi banyak masyarakat, ketika mereka akan mengembangkan kewirausahaan dengan jalur dagang yang luas tanpa ada batasan wilayah, khususnya perdagangan melalui media elektronik, mereka harus memulai dari nol untuk mengetahui apa itu internet dan laman e-commerce. Selain itu, masyarakat juga cukup mengalami kendala dalam menemukan pengembang e-commerce untuk produk kerajinan mereka, terutama untuk mendapatkan pengembang akun e-commerce yang terjangkau secara finansial, terlebih mereka yang sejalan dengan tujuan mereka sebagai produk sosial untuk mengangkat tingkat ekonomi masyarakat.

Strategi dalam menghadapi hambatan tersebut, bisa diatasi dengan baik, dengan promosi berjualan secara online (e-commerce) berarti harus melek pada tren marketing secara online, yang mana tentu sangat berbeda dengan penjualan offline.(Khairani et al., 2022). Salah satunya, kamu bisa mulai mempelajari skill apa saja yang dibutuhkan dalam pemasaran digital alias digital marketing. Caranya bisa mempromosikan produk melalui media sosial, video, chat online, mengiklankan produk, dan banyak lagi. Sosial media merupakan perangkat marketing yang paling baik untuk E-Commerce, karena memiliki tujuan penting dalam online marketing yaitu membantu perusahaan membangun tampilan website yang kuat,

menghasilkan keuntungan, dan meningkatkan traffic.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) adalah Pelatihan dan Pendampingan. Program Pelaksanaan PKM meliputi; (1) Sosialisasi program PKM, (2) Persiapan alat dan bahan,, (3) Pelatihan E-commerce dan (4) Monitoring dan Evaluasi PKM

Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra adalah menyelenggarakan pengabdian ini dengan mengadakan pelatihan dengan memberikan pemahaman, pengetahuan dan peningkatan kemampuan dalam menggunakan E-Commerce. Peserta dapat mengerti dan memahami konsep, definisi, jenis e-commerce dan manfaat ecommerce. Kegiatan PkM ini dilakukan pada tanggal 09 Februari 2023 di Desa Mekar Wangi Kecamatan Saketi Pandeglang dengan bantuan mahasiswa KKN Universitas Budi Luhur Semester Gasal 2022/2023.

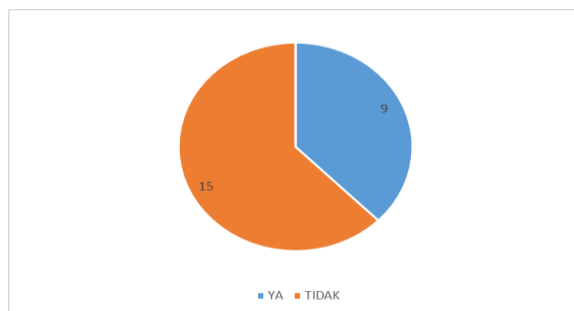
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Budi Luhur melaksanakan kegiatan PKM di Desa Mekar Wangi dengan bekerja sama mahasiswa KKN Universitas Budi Luhur. Adapun pelaksanaan PKM diawali dengan beberapa tahapan, yaitu Observasi, dilakukan untuk menganalisa kondisi mitra di Desa dengan tujuan mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan serta mengamati potensi- potensi yang ada dan kendala yang diperkirakan muncul dalam implementasi untuk kegiatan PKM, selanjutnya wawancara, dilakukan pada pihak desa dan beberapa masyarakat desa yang diharapkan dapat mengetahui permasalahan yang ada pada mitra mengenai kegiatan yang akan dilakukan oleh team dosen Universitas Budi Luhur.

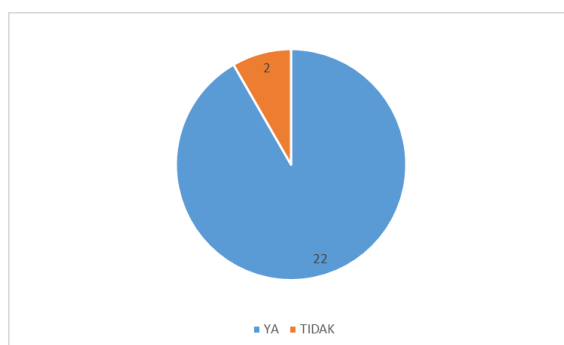


Gambar 2. Peserta PKM

Berikut adalah kondisi pengetahuan mitra terkait dengan penggunaan E-Commerce Berdasarkan Gambar 3. Sebelum kegiatan PkM Peserta sudah memiliki akun sebagai penjual di e-commerce? . Berdasarkan gambar 3 dibawah ini mitra yang mengikuti kegiatan PKM sebanyak 24 orang menyatakan 15 orang sudah memiliki akun sebagai penjual di e-commerce antara lain dari Shopie, Toko Pedia, Lazada. Gambar. 4 Sebelum kegiatan PKM peserta sudah pernah berbelanja online di e-commerce dari jawaban yang diberikan sejumlah 22 orang menyatakan sudah pernah belanja online dan sisanya sebanyak 2 orang belum pernah belanja online.



Gambar 3. Sebelum kegiatan PkM Peserta sudah memiliki akun sebagai penjual di e-commerce?



Gambar 4. Sebelum kegiatan PkM peserta sudah pernah berbelanja online di e-commerce

Materi yang diberikan kepada mitra disampaikan dengan sangat sederhana dengan Bahasa yang mudah dipahami dan simulasi yang dapat diikuti oleh peserta. Pemateri memberikan contoh kasus untuk pembelian online dan kasus dalam pembelian online, dan sebagian para peserta menceritakan pengalaman mereka selama melakukan pembelian online, dengan antusias para peserta berbagi pengalaman mereka kepada peserta yang lainnya. Hasil evaluasi kegiatan didapat dari penyebaran kuesioner langsung yang harus di isi para peserta dengan pertanyaan yang mudah dipahami. Dari hasil kuesioner tersebut kami menyajikan dalam bentuk grafik dibawah ini:



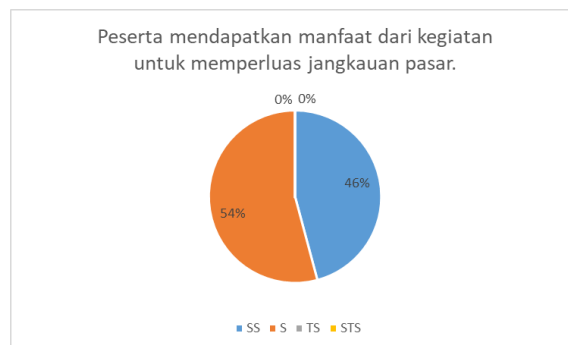
Gambar 5 Materi E-commerce sesuai dengan kebutuhan peserta

Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada 24 peserta, mengenai materi E-commerce sesuai dengan kebutuhan peserta. Dari pertanyaan tersebut dapat 63% peserta menjawab setuju dengan kebutuhan dan 37% peserta menjawab sangat setuju. Sehingga dari pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa materi yang disampaikan oleh pemateri sesuai dengan kebutuhan peserta.



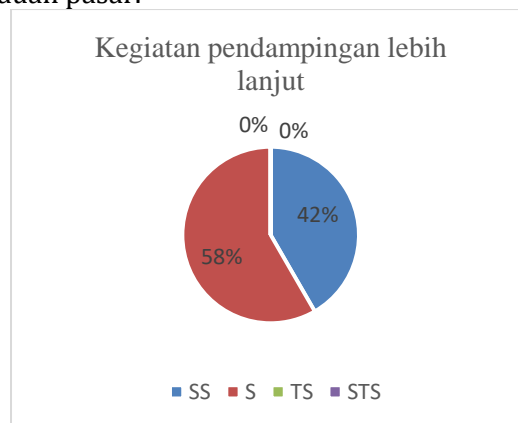
Gambar 6. Setelah kegiatan ini peserta tertarik menjual produknya di e-commerce

Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada 24 peserta, mengenai kegiatan PKM . Dari pertanyaan tersebut dapat 58% peserta menjawab setuju untuk menjual produknya di e-commerce dan 42% peserta menjawab sangat setuju. Sehingga dari pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kegiatan ini peserta tertarik untuk menjual produknya di e-commerce.



Gambar 7. Peserta mendapatkan manfaat dari kegiatan untuk memperluas jangkauan pasar.

Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada 24 peserta, mengenai kegiatan PKM . Dari pertanyaan tersebut dapat 54% peserta menjawab setuju peserta mendapatkan manfaat dari kegiatan , dan 46% peserta menjawab sangat setuju. Sehingga dari pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kegiatan Peserta mendapatkan manfaat dari kegiatan untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 7. Kegiatan pendampingan lebih lanjut

Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada 24 peserta, mengenai kegiatan PKM . Dari

pertanyaan tersebut dapat 58% peserta menjawab setuju untuk kegiatan pendampingan lebih lanjut dan 42% peserta menjawab sangat setuju. Sehingga dari pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kegiatan peserta ingin mendapatkan kegiatan pendampingan lebih lanjut untuk menambah pengetahuan.

PENUTUP

Diharapkan setelah pelatihan ini mampu menumbuh kembangkan jejaring pasar industri /usaha kecil dan menengah khususnya industri kreatif disertai dengan kesiapan penuh pada pengelolaan sumber daya. Dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adanya peningkatan pengetahuan peserta dan memicu motivasi untuk selalu berpikir inovatif dan kreatif, sehingga dapat meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, A., Putri, M. K., Ferdiandi, F., Turhani, A., Safitri, I., & Almuzi, I. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Desa Kadudampit Kecamatan Saketi Pandeglang Banten. *Batara Wisnu : Indonesian Journal of Community Services*, 2(3), 467–481. <https://doi.org/10.53363/bw.v2i3.119>
- Khairani, E., As, A. Bin, Surahman, B., Ratnawati, & Erna. (2022). *Peningkatan Kemampuan E-Commerce Sebagai Sarana*. 1(2), 52–58.
- Thresia, F. (2022). Pembuatan E-commerce Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk KWT Peduli Lingkungan “ARIMBI” Kecamatan Rumbia. *Sinar Sang Surya (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 106–111. <http://ojs.ummetro.ac.id/index.php/sinarsangsurya/article/view/1879%0Ahttps://ojs.ummetro.ac.id/index.php/sinarsangsurya/article/download/1879/1209>