



Jurnal Pintar Abdimas Vol 1, (1), 2021, 23-11

JURNAL PINTAR ABDIMAS

Published every September e-ISSN: 8888-XXXX, p-ISSN:

8888-XXXX Available online at

<http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/JPAS>



PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN E-COMMERCE UNTUK MENUMBUHKAN JIWA ENTERPRENEUR PADA KOMUNITAS PENCINTA IKAN HIAS

¹Agus Umar Hamdani, ²Lis Suryadi, ³Indra, ⁴Gandung Triyono

^{1,2,3,4} Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya Petukangan Utara
Pesanggrahan Jakarta Selatan 12260

email: 1agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id ; 2lis.suryadi@budiluhur.ac.id ;
3indra@budiluhur.ac.id ; 4gandung.triyono@budiluhur.ac.id

Abstract.

Most of the residents in the RT run the Micro, Small and Medium Business Units (UMKM). Although some business actors have used information technology tools to support their business, they are only limited to posting products via Facebook, Twitter, Instagram and WhatsApp. Residents do not understand how to sell and market products using information technology tools. In addition, product sales turnover tends to decline during the Covid-19 pandemic and large-scale social restrictions (PSBB), due to the lack of buyers. E-Commerce is an information system technology device that can be an alternative solution in an electronic-based sales system. With the use of E-Commerce technology, business actors can market their products online anywhere and anytime. Based on the above conditions, we conducted training to build a business using Electronic Commerce (E-Commerce) technology for residents in the RT 03 RW 02 Pondok Jati Jurangmangu Barat environment in order to foster an entrepreneurial spirit based on information technology (Technopreneur). The end result of this community service activity is that residents of RT 03 RW 02 Pondok Jati Jurangmangu Barat gain knowledge and experience regarding the use of E-Commerce technology, and get assistance in building E-Commerce websites.

Keywords: Community Service, E-Commerce, Product Marketing

Abstrak

Sebagian besar warga di RT 03 RW 02 Pondok Jati Jurangmangu Barat Pondok Aren yang menjalankan Unit Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Meskipun beberapa pelaku usaha sudah memanfaatkan perangkat teknologi informasi untuk mendukung bisnis mereka, namun penggunaannya hanya sebatas posting produk melalui facebook, twitter, istagram dan whatsapp. Warga belum memahami cara menjual dan memasarkan produk menggunakan perangkat teknologi informasi. omset penjualan produk cenderung menurun di saat masa pandemi Covid-19 dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB), dikarenakan sepi nya pembeli. E-Commerce merupakan perangkat teknologi sistem informasi yang dapat menjadi solusi alternatif dalam sistem penjualan berbasis elektronik. Dengan penggunaan teknologi E-Commerce, maka pelaku usaha dapat memasarkan produk secara online dimanapun dan kapanpun. Berdasarkan kondisi diatas, maka kami melaksanakan pelatihan membangun bisnis menggunakan teknologi Electronic Commerce (E-Commerce) bagi warga di lingkungan RT 03 RW 02 Pondok Jati Jurangmangu Barat guna menumbuhkan jiwa

kewirausahaan berbasis teknologi informasi (Technopreneur). Hasil akhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah warga RT 03 RW 02 Pondok Jati Jurangmangu Barat memperoleh pengetahuan dan pengalaman mengenai pemanfaatan teknologi E-Commerce, serta mendapatkan pendampingan dalam membangun website E-Commerce.

Kata kunci: Pengabdian Masyarakat, E-Commerce, Pemasaran Produk.

1. Pendahuluan

Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini adalah warga di lingkungan RT 02 RW 03 Pondok Jati kelurahan Jurangmangu Barat Pondok Aren Kota Tangerang Selatan. Luas wilayah RT ini kurang lebih 200 m² yang dihuni oleh 200 kepala keluarga (KK) dan jumlah penduduk sekitar 300 orang. Berdasarkan hasil wawancara dan survei yang telah dilakukan kepada ketua RT setempat, kami menemukan kondisi perekonomian di RT 02 ini masuk dalam kelas ekonomi menengah kebawah. Sebagian besar warga di RT 02 merupakan pelaku unit usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), salah satunya adalah budidaya ikan hias. Dari segi penggunaan perangkat teknologi informasi, sebagian besar mitra di RT 02 RW 03 ini sudah memiliki gadget/handphone, namun penggunaannya hanya sebatas untuk menelpon, mengirim pesan singkat melalui aplikasi whatsapp atau memposting pesan/status melalui facebook, twitter atau istagram. Pemanfaatan perangkat teknologi informasi untuk mendukung bisnis masih sangat minim sekali, penyampaian informasi/pemasaran produk hanya dilakukan dari mulut ke mulut atau menggunakan media sosial. E-Commerce merupakan proses membeli, menjual atau memperdagangkan data, barang atau jasa melalui internet (Turban, E., King, D., Liang, T. P., and Turban, 2015). E-Commerce juga didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antar individu (Traver and Laudon, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Maulana et al., 2015) menjelaskan bahwa E-commerce merupakan salah satu media penjualan yang dilakukan secara online. E-Commerce juga dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk-produk UMKM (Ida, 2020), serta e-commerce juga dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan (Hermalia and Afrinawati, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan e-commerce pada bisnis, maka dapat meningkatkan kinerja pelaku usaha UMKM (Triandra et al., 2019). Berdasarkan kondisi diatas, maka kami melaksanakan penyuluhan dan pelatihan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan berbasis e-commerce (*technopreneur*) untuk meningkatkan perekonomian mitra di lingkungan RT 02 RW 03 Pondok Jati Pondok Aren Tangerang Selatan, terutama bagi pelaku usaha budidaya ikan hias.

2. TINJAUAN PUSTAKA

E-Commerce merupakan suatu proses transaksi barang atau jasa melalui sistem informasi yang memanfaatkan teknologi informasi, serta terdapat beberapa pihak yang terlibat dalam E-Commerce diantaranya : *cardholder* (pembeli), *Issuer* (lembaga keuangan dimana pembeli menjadi nasabahnya), *merchant* (penjual), *acquirer* (lembaga keuangan dimana penjual menjadi nasabahnya), *payment gateway* (sarana yang ditunjuk untuk proses pembayaran), dan *certificate authority* (otoritas sertifikat) [Sidharta and Suzanto, 2015]. Ruang lingkup E-Commerce terdiri atas : menemukan target pemasaran (*marketing discovery*), pemrosesan transaksi (*transaction processing*) serta layanan dan dukungan (*service and support*) (Zakir, 2015) selengkapnya dapat dilihat pada gambar 1.

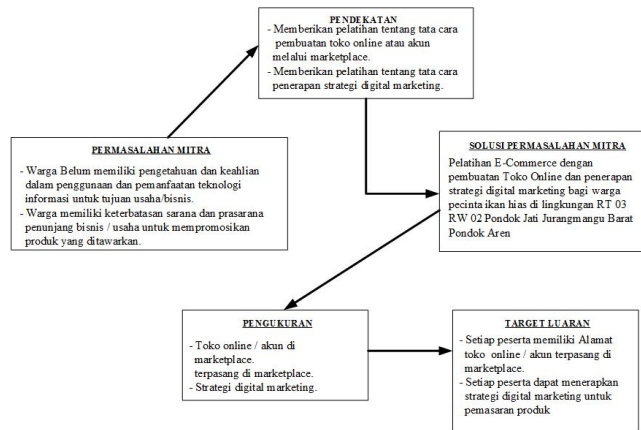


Sumber : Kotler dan Armstrong dalam Setiawan (2016) "the Four Ps of Marketing Mix"

Gambar 2. Komponen Bauran Pemasaran (*mix marketing*)

3. Metode Kegiatan

Metode pelaksanaan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di RT 02 RW 03 Pondok Jati Jurangmangu Pondok Aren, maka penulis menggunakan Flowchart. Adapun metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan RT 02 RW 03 Pondok Jati Jurangmangu Pondok Aren dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Berikut ini adalah penjelasan singkat mengenai metode pelaksanaan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di RT 02 RW 03 Pondok Jati Jurangmangu Pondok Aren:

- Tahap identifikasi permasalahan mitra
Di tahap ini, penulis melakukan analisis masalah yang terjadi di RT 02 RW 03 Pondok Jati Jurangmangu Barat Pondok Aren, kemudian melakukan perumusan masalah.
- Tahap identifikasi pendekatan / metode untuk menyelesaikan masalah
Di tahap ini, penulis melakukan studi literatur baik dari buku maupun dari jurnal / prosiding yang memiliki permasalahan yang sama. Selain itu juga, penulis melakukan identifikasi metode-metode yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah.
- Tahap identifikasi solusi permasalahan mitra
Di tahap ini, penulis melakukan identifikasi solusi alternatif untuk menyelesaikan permasalahan dan menetapkan program kerja yang akan dilaksanakan.

d. Tahap pengukuran

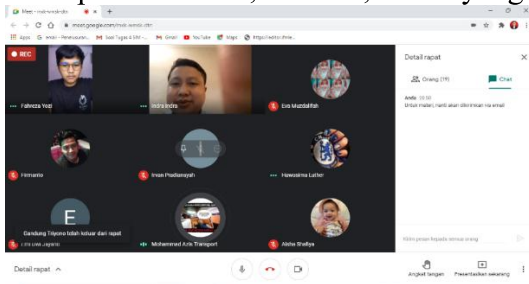
Di tahap ini, penulis melakukan identifikasi indikator yang akan digunakan untuk mengukur keberhasilan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan RT 02 RW 03 Pondok Jati Jurangmangu Barat Pondok Aren.

e. Tahap menetapkan target luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

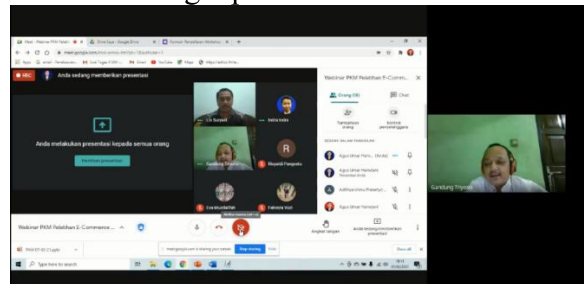
Di tahap ini, penulis melakukan penetapan target luaran yang akan dihasilkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

4. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat bertema pemberdayaan masyarakat melalui program kewirausahaan berbasis e-commerce (*Technopreneurship*) telah dilaksanakan Sabtu, 7 Pebruari 2021 yang dimulai pada pukul 19.00 sampai dengan 21.00 WIB menggunakan aplikasi Google Meet dengan alamat link : <http://s.id/pelatihan-ecommerce> dan diikuti oleh 30 (tiga puluh) peserta di lingkungan RT 03 RW 02 Pondok Jati Jurangmangu Pondok Aren. Gambar 4 merupakan dokumentasi pembukaan acara kegiatan penyuluhan kepada masyarakat di mitra RT 03 RW 02 Pondok Jati Jurangmangu Pondok Aren yang dipandu oleh bapak Dr. Indra, S.Kom., M.T.I yang bertindak sebagai pembawa acara.

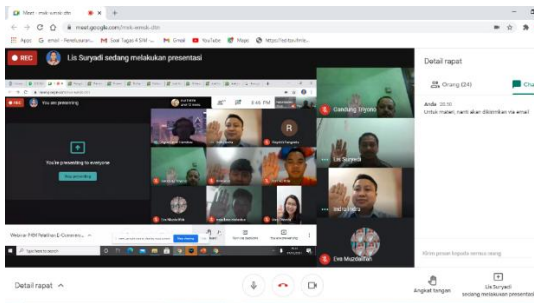


Gambar 4. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 5. Sambutan Pembukaan dari Ketua Pelaksana Kegiatan

Gambar 5 merupakan dokumentasi penyampaian sambutan oleh Ketua Pelaksana Kegiatan Pengabdian Masyarakat Universitas Budi Luhur oleh Bapak Dr. Gandung Triyono, M.Kom. Dalam sambutannya, beliau mengucapkan terima kasih kepada peserta pelatihan yang telah menyempatkan waktu untuk mengikuti penyuluhan dan pelatihan yang diadakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Budi Luhur. Dalam sambutannya, Bapak Dr. Gandung Triyono, M.Kom berharap dengan adanya penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan berbasis e-commerce (*Technopreneurship*) tersebut diharapkan dapat mendorong minat bisnis dan inovasi baru bagi peserta pelatihan. Selain itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut merupakan salah satu perwujudan dari Tridharma perguruan tinggi yang harus dilaksanakan oleh setiap dosen yang diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Diakhir kata sambutan, Bapak Dr. Gandung Triyono, M.Kom menyampaikan harapan agar penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Budi Luhur dapat dilanjutkan dan ditingkat di masa mendatang. Gambar 6 merupakan dokumentasi sesi foto bersama antara pemateri dengan peserta pelatihan kewirausahaan berbasis e-commerce (*Technopreneurship*).

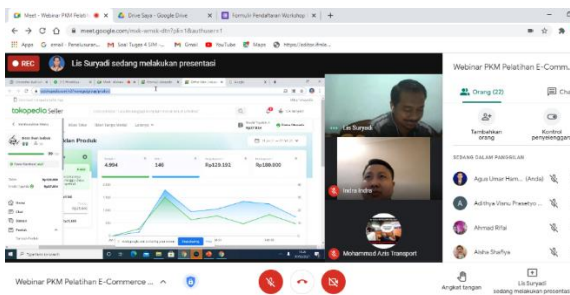


Gambar 6. Sesi Foto Bersama antar Pemateri dan Peserta Pelatihan

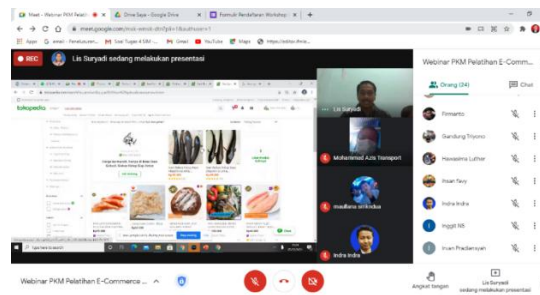


Gambar 7. Penyampaian materi pelatihan kewirusahaan berbasis teknologi informasi

6. Gambar 7 merupakan penyampaian materi penggunaan aplikasi *Content Management System* untuk menjual produk komersial secara online (*E-Commerce*) yang disampaikan oleh Bapak Lis Suryadi, M.Kom selaku Pakar dalam bidang *Technopreneur*. Beliau meminta peserta pelatihan untuk membuka alamat toko online di browser handphone masing-masing. Adapun alamat toko online yang akan dijadikan sebagai praktikum pelatihan, yaitu <https://www.tokopedia.com/lapak-ikan-gabus>. Alamat toko online tersebut merupakan toko online yang dibuat dan dikembangkan oleh bapak Lis Suryadi, M.Kom sejak tahun 2018. Gambar 8 merupakan penyampaian materi terkait penjelasan mengenai hasil analisis jumlah pengunjung dan jumlah produk terjual yang terdapat dalam marketplace tokopedia. Gambar 9 merupakan penyampaian materi mengenai cara mengupload produk dan penyertaan informasi produk-produk yang dijual dalam marketplace tokopedia.

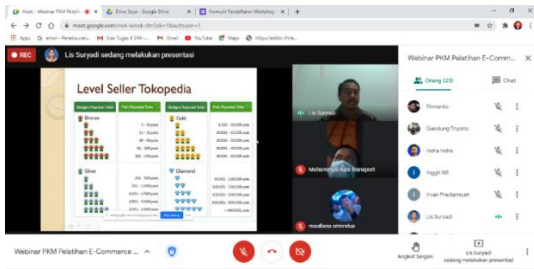


Gambar 8. Grafik Analisis Jumlah Pengunjung dan Jumlah Produk Terjual

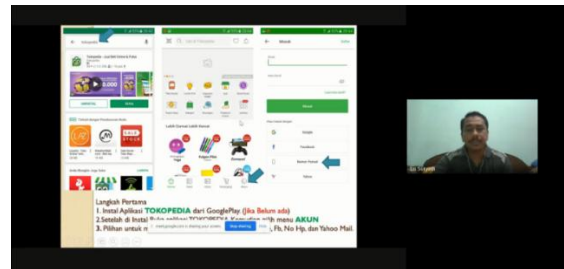


Gambar 9. Proses Pemesanan Produk Secara Online

Gambar 10 mengenai penyampaian materi tingkatan penjual / seller yang ada di Tokopedia, yang terdiri atas : *Bronze*, *Gold*, *Silver* dan *Diamond*. Gambar 9 merupakan penyampaian materi mengenai tahapan-tahapan dalam pembuatan toko online melalui marketplace tokopedia.

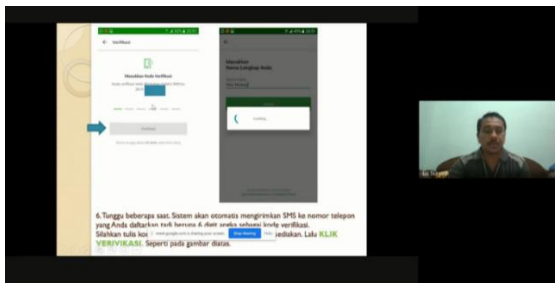


Gambar 10. Penjelasan Mengenai Tingkatan Seller Tokopedia

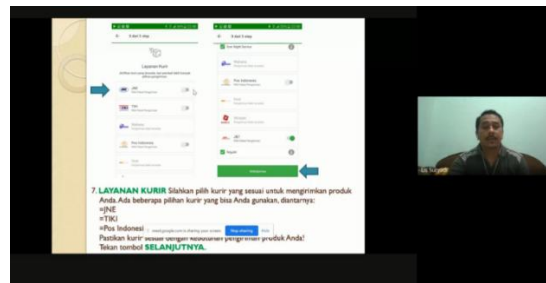


Gambar 11. Tahapan Pembuatan Toko Online Di Tokopedia

Gambar 11 merupakan penyampaian materi mengenai cara melakukan verifikasi pembuatan toko online yang dikirim melalui pesan sms / Whatsapp. Gambar 12 merupakan penyampaian materi mengenai jenis layanan kurir yang dapat digunakan untuk pengiriman produk ke pelanggan.

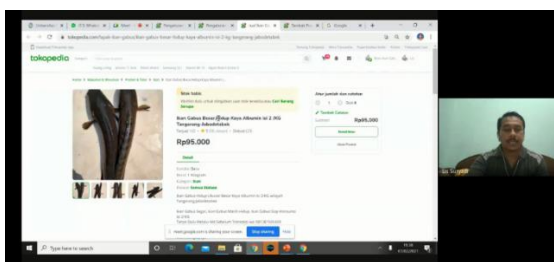


Gambar 11. Verifikasi Pembuatan Toko Online

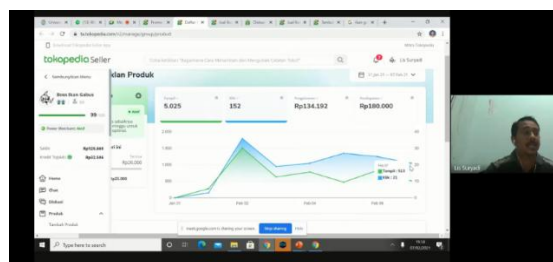


Gambar 12. Memilih layanan kurir

Gambar 13 merupakan penyampaian materi mengenai tata cara mengupload produk, mengisi deskripsi produk, deskripsi harga, stok dan informasi penting terkait produk yang akan dijual, serta membuat ulasan toko dan produk. Gambar 14 merupakan penyampaian materi mengenai grafik kinerja promosi produk melalui iklan di Tokopedia. Tokopedia menyediakan fasilitas untuk melihat informasi jumlah pengunjung yang mencari kata kunci dan membuka toko online dari produk yang dijual.



Gambar 13. Upload Produk



Gambar 14. Ulasan Produk

Adapun luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan RT 02 RW 03 Pondok Jati Jurangmangu Pondok Aren dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Target Kegiatan dan Luaran Yang Dicapai

No	Materi	Kegiatan	Target Luaran	Luaran Yang Dicapai
1.	Pembuatan toko online menggunakan marketplace Tokopedia.	Peserta pelatihan mempraktekkan cara membuat akun toko online di tokopedia.	Setiap peserta memiliki akun di toko online.	80% peserta pelatihan sudah bisa memuat akun toko online di tokopedia.
2.	Membahas strategi promosi produk menggunakan metode <i>Digital Marketing</i> .	Peserta pelatihan mempraktekan cara membuat strategi promosi produk menggunakan media online.	Produk-produk yang dijual dapat diupload di toko online / media sosial.	35% peserta dapat mengupload sample produk yang akan dijual.
3.	Evaluasi	Tanya jawab	Peserta dapat bertanya melalui forum tanya jawab.	13,33% dari total peserta pelatihan mengikuti sesi tanya jawab.

Pada tabel 1, dijelaskan bahwa 80% peserta pelatihan melakukan praktikum pembuatan toko online melalui gadget atau smartphone, serta dapat membuat toko online secara mandiri, sedangkan sisanya masih belum menguasai betul penggunaan gadget atau smartphont. Dikarenakan sebagian besar peserta pelatihan adalah pemula di dunia bisnis, maka hanya 35% peserta pelatihan yang dapat melakukan promosi produk dengan metode *digital marketing* melalui tokopedia. Dengan prosentase 13.33% yang melakukan tanya jawab, maka dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan dapat mengikuti dan memahami materi yang disampaikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

7. Kesimpulan dan Saran

Adapun kesimpulan yang dapat diperoleh dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di lingkungan RT 02 RW 03 Pondok Jati Jurangmangu Pondok Aren, antara lain : **Pertama**, peserta pelatihan sangat antusias dan bersemangat mengikuti pelatihan pengelolaan toko online sebagai salah satu media untuk membangun bisnis berbasis teknologi informasi (*E-Commerce*), hal ini dapat dilihat dengan keseriusan peserta dalam mengikuti dan melakukan praktikum di rumah secara daring (*online*). **Kedua**, pelatihan tersebut telah berjalan dengan baik sehingga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan kompetensi peserta pelatihan dalam rangka mengembangkan bisnis secara elektronik (*online*). **Ketiga**, berdasarkan hasil evaluasi terhadap peserta diketahui bahwa 80% dari jumlah peserta dapat mengikuti praktikum pengelolaan toko online dengan baik, ini berarti bahwa sebagai besar peserta dapat menerima dan mampu memahami materi yang disampaikan dengan baik. Adapun saran dari penulis untuk kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, antara lain : **Pertama**, setiap peserta pelatihan diharapkan dapat mengikuti dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi informasi khususnya mengenai

pemanfaatan teknologi E-Commerce untuk mendukung kegiatan bisnis yang ada. **Kedua**, kegiatan ini perlu dilakukan secara berkesinambungan dan perlu dilakukan pendampingan agar peserta dapat mengerti dan menguasai materi yang telah disampaikan. **Ketiga**, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini seharusnya dilakukan secara luring / offline dikarenakan pembatasan social pandemic Covid-19 sehingga perlu dilaksanakan di dalam laboratorium komputer sehingga peserta memiliki pengalaman dalam menerapkan materi-materi yang telah disampaikan, **Keempat**, ruang lingkup kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini hanya baru di lingkungan RT, kegiatan berikutnya perlu dijajaki untuk dilaksanakan di lingkungan kelurahan atau kecamatan sehingga memberikan dampak perubahan yang signifikan

8. Daftar pustaka

- Hermalia and Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Ida, F. et. a. (2020). *Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Sarana Untuk Meningkatkan*. 4(1), 74–78.
- Kotler and Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-1). Erlangga.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Sidharta, I and Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech and Bisnis*, 9(1).
- Traver and Laudon. (2017). *E-Commerce 2014* (10th Editi). Person Education Limited.
- Triandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 6–10. <https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.259>
- Turban, E., King, D., Liang, T. P., and Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce : A Managerial and Social Networks Perspective* (8th Editio). Springer.
- Zakir, S. (2015). *Mozaik Implementasi Teknologi Informasi*. Wade Group.