

**PELATIHAN BISNIS ONLINE KARANG TARUNA LINGKUNGAN RW 013
KELURAHAN PANINGGILAN UTARA KECAMATAN CILEDUG KOTA
TANGERANG**

Rahmad Setiawan¹, Darmadi², Agus Suhartono³, Yan Kristian Halomoan⁴
Universitas Pamulang
rahmadsetiawansemm@gmail.com, dosen02445@unpam.ac.id

ABSTRACT

This community service activity aims to transfer knowledge on how to maximize operationalization and become a member of the media. Open stalls and Online Business Training in order to increase sales of products and services offered by utilizing open stall applications. The method used is in the form of presentation of material in the form of presentation theory and practice to become a member and market the product. The method of activity used is in collaboration with Karang Taruna and looking for problems in the place so that it can provide the right solution in motivating members who are business people in Karang Taruna. After the analysis, we provide training in the form of materials and practices that aim to develop the ability to increase marketing via bukalapak media (online) for members of Karang Taruna Lingkungan The results of the activity showed that prior to the implementation of the PKM, the members of Karang Taruna Lingkungan were not familiar with the terms related to product marketing via online media, but after the implementation of the activities the Karang Karanguna can understand the basics of operating and becoming a member of the media. Open simple stalls. PKM activities play a positive role in increasing the knowledge and skills of participants in creating an Online Business account.

Keywords: PKM, Online Business, Open Stalls

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mentransfer pengetahuan bagaimana cara memaksimalkan mengoprasionalkan dan menjadi anggota media Buka lapak dan Pelatihan Bisnis Online agar dapat meningkatkan penjualan produk maupun jasa yang ditawarkan dengan memanfaatkan aplikasi buka lapak Adapun metode yang dilakukan berupa penyampaian materi dalam bentuk teori presentasi dan praktik menjadi anggota dan memasarkan produk. Metode kegiatan yang digunakan adalah bekerjasama dengan Karang Taruna Lingkungan dan mencari pemasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam memotivasi anggota yang adalah pelaku bisnis di Karang Taruna Lingkungan. Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek ayng bertujuan mengembangkan kemampuan untuk meningkatkan pemasaran via media bukalapak (*online*) bagi para anggota Karang Taruna Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pelaksanaan PKM, para anggota Karang Taruna belum mengenal istilah-istilah terkait dengan pemasaran produk lewat media daring (*online*), namun setelah pelaksaan kegiatan diketahui para anggota Karang Taruna dapat memahami dasar-dasar mengoprasionalkan dan menjadi anggota media Buka lapak sederhana. Kegiatan PKM berperan positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pembuatan akun Bisnis Online.

Kata kunci : PKM, Bisnis Online, Buka Lapak

A. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis online di Indonesia sangatlah pesat, hal ini menandakan di era globalisasi ini pemanfaatan teknologi informasi sudah mulai diakui keberadaannya. Bisnis online atau biasa yang di sebut dengan e-commerce semakin banyak di Indonesia hal ini disebabkan perkembangan internet dan adanya perubahan perilaku konsumen. E-commerce memudahkan masyarakat dapat mengakses informasi mengenai suatu produk atau jasa yang dicarinya ditambah dengan banyaknya promosi yang dilakukan oleh perusahaan e-commerce dalam menawarkan barang atau jasanya dengan menawarkan berbagai macam kemudahan bagi masyarakat untuk dapat mengaksesnya.

Data yang telah dirilis oleh Menkominfo menunjukkan bahwa nilai transaksi toko online pada e-commerce tahun 2013 mencapai Rp130 triliun, dengan angka pengguna internet 82 juta orang. Sehingga dapat dipahami bahwa potensi e-commerce sangatlah besar dan terbuka luas dengan yang membuat beberapa venture capital menamamkan modalnya ke perusahaan e-commerce di Indonesia. Besarnya potensi e-commerce diharapkan dapat menciptakan teknoprenur (Sidharta&Sidh, 2013) dan mendorong pertumbuhan UMKM sesuai dengan karakteristik usahanya masing-masing (Machmud & Sidharta, 2013;2014) untuk memanfaatkan potensi yang ada.

Pelatihan Bisnis Online Karang Taruna Lingkungan RW 013, Kelurahan Paninggilan, Kecamatan Ciledug Kota Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia. Sebelum Kota Tangerang menjadi kota otonomi, Pelatihan Bisnis Online Karang Taruna Lingkungan RW 013, Kelurahan

Paninggilan, Kecamatan Ciledug Kota Tangerang

Oleh karena itu Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang ini, diharapkan dapat menjadi salah satu ruang bagi generasi muda, khususnya Pelatihan Bisnis Online Karang Taruna Lingkungan RW 013, Kelurahan Paninggilan, Kecamatan Ciledug Kota Tangerang

B. METODELOGI PELAKSANAAN PROGRAM

Metode kegiatan yang digunakan adalah bekerjasama dengan Taruna Lingkungan RW 013, Kelurahan Paninggilan, Kecamatan Ciledug Kota Tangerang dan mencari permasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam memotivasi sebagai pebisnis di Karang Taruna Lingkungan RW 013, Kelurahan Paninggilan, Kecamatan Ciledug Kota Tangerang. Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek dalam mengembangkan kemampuan pembuatan konten dalam pemasaran produk melalui media online Buka Lapak untuk kepada para anggota Karang Taruna Lingkungan RW 013, Kelurahan Paninggilan, Kecamatan Ciledug Kota Tangerang.

Adapun jadwal pengabdian masyarakat yang sudah disepakati antara Tim PKM Universitas Pamulang dengan Karang Taruna Lingkungan RW 013, Kelurahan Paninggilan, Kecamatan Ciledug Kota Tangerang yaitu pada tanggal 02 November 2019 sampai dengan 03 November 2019 di Karang Taruna Lingkungan RW 013, Kelurahan

Paninggilan, Kecamatan Ciledug Kota
Tangerang.

Rencana Pelaksanaan Kegiatan

Rencana pelaksanaan kegiatan adalah
sebagai berikut.

Tempat : Karang Taruna Lingkungan RW
013, Kelurahan Paninggilan,
Kecamatan Ciledug Kota
Tangerang

Waktu Pelaksanaan Kegiatan :

Hari : Sabtu s.d Minggu

Tanggal : 02 s.d 03 November 2019

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu *e-commerce* Indonesia yang saat ini sedang banyak dilirik adalah **Bukalapak.com** besutan Achmad Zaky. *E-commerce* ini mendapat perhatian banyak orang karena setiap orang—baik itu pelapak (sebutan penjual di BukaLapak) dan pembeli—dapat *good experience* sesuai porsinya masing-masing. Jadi, BukaLapak gak hanya mempertemukan penjual dan pembeli aja. Selain itu, yang bikin BukaLapak *stand out* adalah, BukaLapak ngerti kebutuhan orang Indonesia

Berikut adalah beberapa manfaat yang bisa kita dapatkan dengan penggunaan Buka lapak:

1. Meningkatkan Branding Awareness

Tidak semua pengunjung tahu apa produk yang Anda jual secara mendetail, mulai dari bentuk fisik, bahan, harga produk, manfaat produk, cara pakai, dan sebagainya. Dari mana pengunjung mengetahuinya? Mereka akan tahu informasi ini dari konten website Buka lapak yang berkualitas. Website Buka Lapak akan mempercepat popularitas sebuah produk apalagi jika website tersebut mampu menduduki peringkat teratas

di mesin pencari, baik itu Google, Bing dan masih banyak lagi

2. Hemat Biaya

Buka Lapak adalah cara promosi yang tepat jika kita berpikir dengan prinsip ekonomis yakni modal sekecil-kecilnya dengan income yang sebesar-besarnya. Ya, teknik marketing ini tidak membutuhkan banyak biaya dan bahkan bisa saja gratis jika kita sudah benar-benar paham teknik untuk mendalaminya. Untuk bisnis online, Buka Lapak adalah teknik internet marketing yang paling murah dan ampuh.

Membuat Konten

1. Miliki konten yang berkualitas

Konten berkualitas, atau teks asli tanpa kesalahan yang terorganisir rapi di situs yang terlihat modern, adalah hal terpenting dari Buka Lapak yang dapat Anda kontrol. Menggaji desainer situs web profesional akan membantu Anda mengatur sisi kosmetik situs dan membuat situs Anda terlihat serius di mata pengunjung. Selain itu, pastikan Anda tidak menipu pengunjung; pengunjung Anda harus mendapat apa yang Anda promosikan pada deskripsi situs

2. Buatlah konten asli

3. Tambahkan gambar yang sesuai

Gambar berkualitas yang ditandai dengan kata kunci yang tepat juga bisa membantu peringkat Anda di mesin pencari.

4. Gunakan kata kunci

Temukan kata kunci pencarian yang paling relevan dan terkait konten yang Anda suguhkan, kemudian tambahkan kata kunci pada teks di situs Anda. Gunakan kata kunci

tersebut beberapa kali pada teks, dan pastikan kata kunci terkait dengan teks secara alami. Namun demikian, menggunakan terlalu banyak kata kunci atau menghubungkan kata kunci pada konten yang tidak relevan akan menghukum peringkat Anda.

5. Sasar kata kunci khusus dengan persaingan kecil

Anda perlu mengetahui apa yang membuat usaha Anda unik sebelum mencoba langkah ini. Misalnya, Anda bukan perancang busana biasa, namun perancang busana khusus orang cupu; atau Anda bukan toko otomotif biasa, namun toko otomotif di Seattle. Cobalah menggunakan Google Adwords untuk mengetahui seberapa kompetitif kata kunci Anda sebelum Anda mencoba menggunakannya. Pastikan kata kunci yang Anda pilih pernah dicari orang.

6. Miliki peta situs

Buatlah peta situs yang memberi tahu pengunjung lokasi semua halaman di situs Anda. Anda hanya akan mendapat 1% klik dari peta situs; namun peta situs sangat berguna bagi orang yang mengetahui fungsinya, dan mesin pencari pun akan menyukai peta situs Anda.



Gambar 1. Dosen dan Mahasiswa Unpam Bersama Pengurus Karang Taruna dalam PKM di Karang Taruna di lingkungan RW 013 Kelurahan Paninggilan Utara Kecamatan Ciledug Kota Tangerang



Gambar 2. Ketua PKM memberikan Piagam Penghargaan dan Cendera Mata kepada Ketua Karang Taruna di lingkungan RW 013 Kelurahan Paninggilan Utara Kecamatan Ciledug Kota Tangerang

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Buka lapak merupakan salah satu pasar daring (online marketplace) terkemuka di Indonesia yang dimiliki dan dijalankan oleh PT. Bukalapak. Seperti halnya situs layanan jual-beli online dengan model bisnis consumer-to-consumer (C2C), Bukalapak menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen di mana pun. Siapa pun bisa membuka toko daring untuk kemudian melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia baik satuan ataupun dalam jumlah banyak. Pengguna perorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual produk, baik baru maupun bekas, seperti sepeda, ponsel, perlengkapan bayi, gadget, aksesoris gadget, busana, elektronik, dan lain-lain.

Bukalapak memiliki program untuk memfasilitasi para UKM yang ada di

Indonesia untuk melakukan transaksi jual beli secara online. Hal ini dikarenakan transaksi melalui online dapat mempermudah UKM dalam menjual produk-produk yang mereka miliki tanpa harus memiliki toko offline. Untuk yang telah memiliki toko offline, Bukalapak mengharapkan dengan adanya situs tersebut dapat membantu meningkatkan penjualan toko offline tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diungkapkan, diperlukan adanya beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dan diharapkan akan memberikan kontribusi yang berarti untuk perusahaan Bukalapak dan Tokopedia guna meningkatkan transaksi pembelian melalui situs Bukalapak dan Tokopedia. Saran tersebut antara lain:

1. Hasil menunjukkan bahwa indikator content menjadi indikator yang paling lemah pada situs bukalapak, sehingga harus meningkatkannya dengan cara melengkapi informasi produk, lebih aktif dalam mengupdate informasi yang berkaitan dengan produk dan kreatif dalam mengkombinasikan tulisan, audio, gambar dan video disesuaikan dengan tren yang sedang ramai seperti memanfaatkan kejadian yang sedang viral untuk dijadikan konten promosi.
2. Hasil menunjukkan bahwa indikator communication menjadi indikator yang paling lemah pada situs Bukalapak, sehingga Situs tokopedia harus berupaya untuk memperbaiki komunikasi dengan konsumen, seperti membuat fitur khusus chat antara konsumen dengan penjual dan lebih memaksimalkan sosial media lain untuk mendukung peningkatan jumlah pengunjung dan transaksi pada situs
3. Untuk penelitian selanjutnya, jika disarankan untuk melakukan penelitian pada jenis e-commerce lainnya selain marketplace seperti iklan baris. jika akan melakukan penelitian lanjutan, disarankan menggunakan variable atau indikator lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahidin, U. (2017). Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Tape Ketan Daun Jambu Di Kecamatan Cibeureum Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3(1).
- Nafi, Arij. "Analisis Perancangan Sistem Informasi Bukalapak". 27 Mei 2018. <http://arijnafi.blogspot.co.id/2017/10/analisis-perancangan-sistem-informasi.html?m=1>
- Blog, GDILab. "Strategi Media Sosial E-commerce Bukalapak". 27 Mei 2018. <https://www.google.co.id/amp/s/blog.gdilab.com/strategi-media-sosial-e-commerce-bukalapak/amp/>
http://repository.upi.edu/28873/8/S_PEK_1203489_Chapter5.pdf
<https://www.statista.com/outlook/243/120/ecommerce/indonesia#market-revenue>
- Silviando, Silvio. "Analisis Web E-commerce Bukalapak". 27 Mei 2018. <https://silviosilviando.wordpress.com/2016/12/03/analisis-web-e-commerce-bukalapak/>
- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).