



**JPM**

Jurnal Pengabdian Masyarakat

# Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas

Vol.01 No.01(2022)

<http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JPMDA>

E-issn :

<https://doi.org/10.47233/jpmda.v1i1.596>

---

## PELATIHAN MEMBUAT E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN ONLINE PADA UMKM AKRILIK

Devia Kartika<sup>1</sup>, Rima Liana Gema,<sup>2</sup> Erdisna<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

\*e-mail: [erdisna@gmail.com](mailto:erdisna@gmail.com)

### Abstract

*Community Service Activities in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) This Acrylic Village aims to conduct training on making Commerce help Independent Enterprises community in solving the problems they face in efforts to develop businesses, ranging from aspects of production and business management to especially in terms of digitalization-based marketing, which is expected to be will create economic independence and increase their business income. Special Targets in UMKN digitalization training activities and E-Commerce Development Training on making E-Commerce for Online marketing for MSMEs Acrylic and E-Commerce account creation will be held on June 6, 2022. Training and creation This e-commerce is aimed at SMEs in the acrylic village. ECommerce built in form of marketing in the form of a website. It is hoped that with the MSME digitization training and Making E-Commerce this will form a self-employed community innovative in the marketing process, Independent and responsive to market demands so that will make a positive contribution to society and the environment.*

**Keywords:** Micro, Small and Medium Enterprises, E-Commerce, Acrylic Village

### Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kampung Akrilik ini bertujuan melakukan pelatihan pembuatan Commerce membantu masyarakat Usaha Mandiri dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapinya dalam upaya mengembangkan usaha, mulai dari aspek produksi maupun manajemen usaha hingga yang terutama adalah dalam segi pemasaran berbasis digitalisasi UMKM yang diharapkan akan tercipta kemandirian secara ekonomi dan meningkatnya pendapatan usaha mereka. Target Khusus dalam kegiatan Pelatihan digitalisasi UMKN serta Pembuatan E-Commerce Pelatihan pembuatan E-Commerce untuk pemasaran Online pada UMKM Akrilik dan pembuatan akun E-Commerce dilaksanakan pada 6 juni 2022. Pelatihan dan pembuatan ECommerce ini ditujukan untuk UMKM kampung akrilik. ECommerce yang dibuat dalam bentuk pemasaran berupa website. Diharapkan dengan adanya Pelatihan digitalisasi UMKM serta Pembuatan E-Commerce ini akan terbentuk masyarakat yang berwirausaha secara inovatif dalam proses pemasaran, Mandiri dan tanggap terhadap permintaan pasar sehingga akan memberikan kontribusi yang positif terhadap masyarakat dan lingkungannya.

**Kata kunci:** Usaha Mikro Kecil Menengah, E-Commerce, Kampung Akrilik

*This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license*

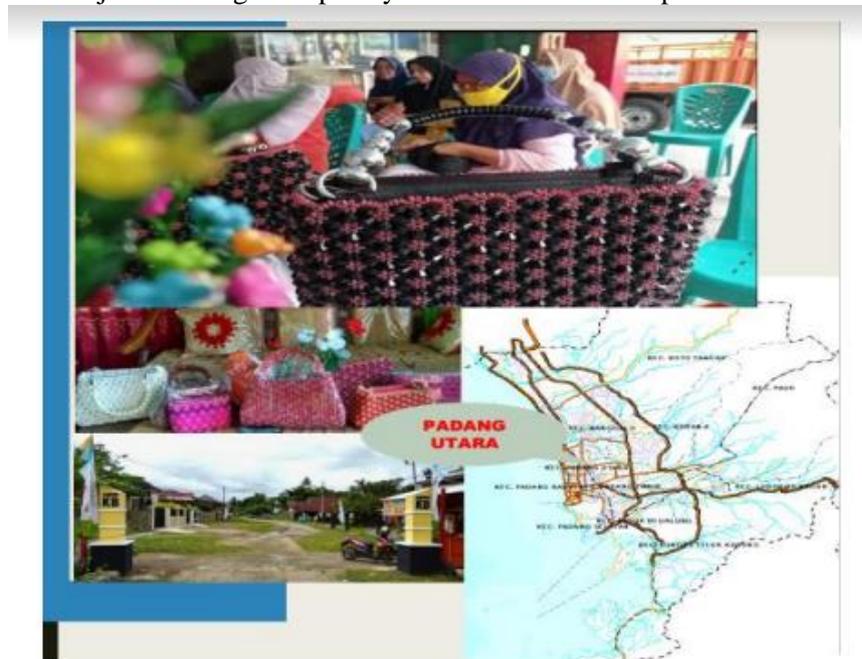


## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta memberi cara baru dalam melakukan aktivitas bagi kehidupan manusia. Digitalisasi bisnis sudah menjadi salah satu strategi untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya

teknologi dan jangkauan pasar yang lebih luas maka muncul yang disebut dengan Digital Marketing. Hal ini dapat didefinisikan sebagai kegiatan marketing, termasuk branding, yang menggunakan berbagai media berbasis web. Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing) (Aldi Dharma, 2021). UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. Pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan maupun menunjang kegiatan bisnis mereka. Pergerakan dan perubahan cara berbisnis yang kian cepat ke arah digitalisasi ini memaksa pelaku bisnis untuk beradaptasi mengikuti perubahan tersebut. Bagi perusahaan besar, perubahan pola bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi ini tidak terlalu mengalami kendala dikarenakan dengan karakteristik perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang cukup baik. Namun, bagi UMKM proses digitalisasi ini akan membutuhkan banyak persiapan.

Tujuan dilaksanakannya pelatihan digitalisasi bisnis UMKM adalah untuk menjawab permasalahan mitra PKM, yaitu pengusaha UMKM pada Kampung Akrilik. Adapun permasalahan mitra adalah kurangnya pengetahuan dan wawasan mitra seputar bisnis online. Maka dari itu kami berusaha untuk melakukan suatu pelatihan dan pembuatan media akun E - Commerce sebagai penunjang kegiatan bisnis pada UMKM kampung akrilik. Berdasarkan hal tersebut Kegiatan ini berusaha untuk merumuskan strategi pengembangan digitalisasi UMKM guna mendukung perkembangan UMKM serta sebagai bahan masukan bagi pelaku UMKM dalam menerapkan digitalisasi dalam proses bisnisnya. Menyadari akan trend e-commerce yang kian berkembang, para pelaku bisnis di Indonesia sekarang ini dituntut untuk dapat bertindak cepat dalam memenuhi keinginan permintaan pelanggan, salah satunya yaitu dengan pemanfaatan E-commerce. E-commerce adalah proses pembelian dan penjualan berbagai produk, jasa dan informasi secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis dengan menggunakan internet dan memberikan jaminan tingkat kepercayaan konsumen terhadap keberadaan internet.



**Gambar 1. Lokasi Kampung Akrilik**

Kampung Akrilik berlokasi di Kota Padang. Latar belakang dari mitra kami yaitu Kampung Akrilik, kampung akrilik Terdapat pelaku usaha kerajinan akrilik sebanyak 15 orang Kerajinan yang unik dan spesifik, Punya nilai jual ekonomi, Dalam proses pembangunan gapura, kampung akrilik (30%) Belum ada kelembagaan pelaku, usaha kerajinan Jalan lingkungan yang masih sempit (satu jalur), Sanitasi yang belum memadai. Kampung Akrilik masih banyak kekurangan

diantaranya : Penyusunan Profil (Buku dan Video) Kampung akrilik Studi/Kajian Potensi Ekonomi kerajinan akrilik, Pembangunan Gallery di tanah fasum, Pelatihan Kerajinan akrilik, Penyediaan internet (wifi) gratis, Pembinaan pemasaran produk berbasis online, Pembentukan Kelembagaan Masyarakat Akrilik, Pelebaran jalan dan riol kampung akrilik, Perbaikan sanitasi buangan kampung Aklirik, Pembangunan pedestrian di kampung aklirik, Pedestrian lingkungan kampung Aklirik. Terdapat 15 pelaku budidaya ikan hias Sudah terbentuk kelompok pembudidaya (Pokdakan Sarasah) Pemasaran sudah sampai luar Kota Padang, Dalam proses Kerjasama dengan Balai Riset, Ikan Hias Masih kurangnya pengetahuan dan keahlian, pembudidaya Masih terbatasnya jenis ikan hias yang, dikembangkan Sarana produksi masih terbatas/kurang, Akses jalan menuju lokasi dalam kondisi rusak, Kebersihan lingkungan belum terpelihara, Belum ada penanda/penunjuk arah, Kampung Ikan hias belum dikenal secara luas.

## **2. METODE**

### **a. Lokasi Kegiatan**

Lokasi Kegiatan Pengabdian masyarakat ini berada di Kampung Akrilik di daerah Gunung Pangilun Kota Padang, Sumatera Barat.

### **b. Lingkup Pelaksanaan**

1. Menyediakan materi dan modul tentang kegiatan yang akan diluncurkan bagi para panitia peserta kegiatan.
2. Memberikan sosialisasi dan motivasi pengenalan terkait tema yaitu pembuatan e-commerce untuk pemasara online pada UMKM Akrilik
3. Mengajukan proposal kegiatan sebagai bahan dasar pelaksanaan kegiatan, serta acuan untuk mensukseskan kegiatan.

### **c. Prosedur Kerja**

Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan kegiatan antara lain sebagai berikut :

1. Melaksanakan koordinasi bersama TIM PKM Mandiri UPI "YPTK" Padang dalam waktu yang terukur dan tersistem
2. Memilih tema dan kebijakan penting terkait bentuk kegiatan yang akan diselenggarakan.
3. Melakukan survei lokasi dengan cara mendatangi langsung lokasi kegiatan. Kegiatan ini diakhiri dengan membuat kerjasama berupa pembuatan agenda kegiatan PKM.
4. Mendata dengan baik seluruh peserta dan fasilitas yang digunakan selama kegiatan.
5. Merelealisasikan seluruh agenda kegiatan secara tertulis dalam naskah proposal kegiatan PKM untuk kemudian diserahkan kepada LPPM UPI "YPTK" Padang sesuai dengan arahan dan prosedur yang telah ditentukan.



**Gambar 2. Diagram Proses Implementasi Kegiatan**

### **Metode Pelaksanaan**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan cara membagi sosialisasi tentang menerapkan E-Commerce dalam memasarkan produk UMKM Akrilik. Implementasi Kegiatan dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **1. Persiapan**

Persiapan dari kegiatan ini mencakup beberapa prosedur :

- a. Menyiapkan materi
- b. Survei lokasi
- c. Mengurus surat-surat perizinan
- d. Membuat proposal dan proses persetujuan lokasi pengabdian kepada masyarakat

#### **2. Screening**

Setelah memaksimalkan persiapan, screening kemudian menjadi agenda selanjutnya.

Ada beberapa tahap yang dilakukan :

- a. Menyiapkan pembicara dan panitia sebelum acara
- b. Memastikan semua alat-alat siap di bawa ke lokasi
- c. Memastikan semua kebutuhan acara seperti transportasi, hadiah dan spanduk

#### **3. Implementasi Kegiatan**

Pelaksanaan dari rencana yang telah disusun dalam sosialisai yang diberikan kepada Masyarakat Kampung Akrilik di daerah Gunung Pangilun Kota Padang, Sumatera Barat antara lain :

- a. Menyelenggarakan sosialisasi dengan materi penyusunan laporan keuangan
- b. Memberi pengetahuan tentang cara pembuatan pelaksanaan e-commerce

#### **4. Evaluasi**

Terlaksananya seluruh kegiatan sosialisasi dengan lancar dan sukses. Indikator untuk penilaian keberhasilan kegiatan ini antara lain :

- a. 80% peserta yang di undang hadir dalam pelatihan.
- b. Terlaksananya seluruh kegiatan pelatihan.
- c. 40% peserta mampu memahami materi yang diberikan.
- d. Pernyataan kepuasan dari peserta pelatihan.

#### **d. Partisipasi Mitra**

Realisasi dari program tersebut diharapkan oleh Arpan Bakery dapat berpartisipasi

dengan kegiatan sebagai berikut:

1. Mengembangkan UMKM Akrilik dengan cara dapat memperluas pasar.
2. Menjadi peserta pelatihan berupa : menerima teori, konsep, diskusi, tanya jawab, serta hal-hal yang diberikan selama proses kegiatan berlangsung.
3. Menyediakan tempat dan fasilitas yang dibutuhkan selama proses kegiatan berlangsung.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Manfaat E-Commerce Bagi Bisnis dan Konsumen

Dari sudut pandang bisnis, E-Commerce memberikan banyak sekali manfaat bagi para pengusaha. Beberapa manfaat e-commerce dalam dunia bisnis diantaranya:

##### **1. Manfaat E-Commerce Bagi Pelaku Bisnis**

- Kemudahan dalam aktivitas jual beli
- Memangkas biaya pemasaran
- Kemudahan dalam berkomunikasi dengan konsumen dan produsen
- Dapat menjangkau target market yang lebih luas
- Penyebaran informasi lebih mudah dan cepat
- Proses pembayaran menjadi lebih mudah dan cepat

##### **2. Manfaat E-Commerce Bagi Konsumen**

- Konsumen dapat berbelanja dengan lebih mudah selama 24 jam sehari sepanjang tahun
- Konsumen dapat melihat berbagai pilihan produk yang dianggap terbaik dengan harga yang paling sesuai
- Konsumen dapat membeli produk dan jasa dengan biaya yang lebih mudah setelah melakukan perbandingan dengan berbagai e-commerce

Dampak Positif dan Negatif E-commerce

E-commerce memberikan keuntungan tersendiri bagi mereka yang memanfaatkannya.

Namun, di sisi lain ternyata e-commerce juga punya dampak negatif.

##### **1. Dampak Positif E-commerce**

Munculnya aliran penghasilan baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak ada pada sistem jual-beli dengan cara tradisional

- E-commerce memberikan peluang untuk meningkatkan market exposure
- Berpotensi untuk memperluas jangkauan secara global (global reach)
- Kesempatan untuk mengurangi biaya operasional (operating cost)
- Kemudahan dalam membangun dan meningkatkan customer loyalty
- Meningkatkan mata rantai pendapatan (value chain)
- Membantu mempersingkat waktu produksi
- Dapat meningkatkan supplier management

##### **2. Dampak Negatif E-commerce**

- Potensi terjadinya penipuan dimana seseorang kehilangan dari segi finansial karena kecurangan pihak lain.
- Kemungkinan terjadinya pencurian data dan informasi rahasia dan berharga yang dapat mengakibatkan kerugian besar kepada korban
- Potensi terjadinya kehilangan kesempatan bisnis atau kerugian pelanggan yang diakibatkan oleh gangguan sistem, misalnya human error dan gangguan listrik tiba-tiba.
- Kemungkinan terjadinya akses yang dilakukan orang lain tanpa otorisasi, misalnya hacker yang membobol sistem perbankan.
- Kampanye negatif via internet yang dilakukan kompetitor yang dapat berakibat buruk bagi sebuah bisnis
- Potensi kerugian yang bisa terjadi akibat kesalahan manusia baik itu sengaja atau tidak sengaja, dan juga kerusakan sistem elektronik
- E-Commerce di Indonesia Semakin Menjanjikan



#### 4. KESIMPULAN

Penyajian materi dalam bentuk Platform Promosi dengan E-Commerce untuk memajukan UMKM pada kampung Akriik. E-Commerce ini bertujuan Untuk meningkatkan penjualan dan promosi semua produk yang dihasilkan pada UMKM Akriik. Serta Memajukan UMKM ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Aldi Dharma Putra, dkk. 2021. "Pelatihan Digitalisasi Umkm Dan Pembuatan Akun E-Commerce". Vol.1 No. 2. Jurnal Pengabdian Masyarakat Buguh.

Arif Rachman, Laurens Sihalo, Pemasaran Satu-ke-Satu : Kunci Bagi Kepuasan Pelanggan, Ciptamaya.com, 4 Oktober 2000.

Asmono Wikan, Ujung-ujungnya Memang IPO, Cakram Komunikasi, April 2000. Hal.14 Bly, Robert W. 2006. The Complete Ideals Guides: Direct Marketing. Ed. 1 Cetakan 1. Diterjemahkan oleh Sugeng Haryanto dan Arif Subiyanto. Jakarta : Prenada. Hal.258, 259.

Duncan, Tom. 2002. Principles of Advertising & IMC, 2nd ed – International Edition (Series in marketing). New York: McGraw-Hill/Irwin. Hal.573.577-580.

I Wayan Wicaksana & I Made Wiryan, Web Sebagai Media Marketing, seminar Linux Dipandang Dari Aspek Bisnis. Makalah seminar STMIK PMBI ; Bandung, 30 Nopember 1999

Sullivan, J., Karra, K., Moxon, S. A., Vallejos, A., Motenko, H., dkk. (2013) InterMOD: integrated data and tools for the unification of model organism research. Sci Rep 3:1802