
**PKM Pelatihan Pemanfaatan *E-Commerce* Pada Pasca Pandemi Covid -19 Di RT 06/
RW 011 Bojonggede**

Kiki Ismanti^{1*}, Sigit Indra Prianto², Irham Ramdani³, Zaenal Arifin H. Masri⁴

^{1,2} Program Studi Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI

³Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Indraprasta PGRI

⁴Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Indraprasta PGRI

*E-mail: kiki161983@gmail.com

Abstrak

Sejarah Artikel

Diterima : 08 Februari 2023

Disetujui : 11 April 2023

Dipublikasikan : 15 April
2023

Kata kunci: Pemanfaatan *E-Commerce*, Pelatihan, Pendapatan Masyarakat

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dilihat dari segi para pelaku usaha, mereka dapat semakin memperluas jangkauan pasarnya. Penyebaran informasi tentang suatu produk dapat dilakukan secara lebih cepat, dan memiliki cakupan yang sangat luas, sehingga hal ini mulai menggeser pola serta cara konsumsi, dan bahkan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan menggunakan pendekatan internal dengan cara koordinasi dengan ketua Rukun Tetangga dan ibu-ibu warga setempat, Tutor menjelaskan tentang *Electronic Commerce (e-commerce)* merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet*, tutor juga menjelaskan tentang manfaat *e-commerce* yaitu untuk memperluas pangsa pasar, menurunkan biaya sehingga harga jual bisa lebih rendah dan dapat dijangkau oleh konsumen.

Abstract

Keywords: Utilization of *E-Commerce*, Training, Community Income

The purpose of this community service activity is seen from the point of view of business actors, they can further expand their market reach. Dissemination of information about a product can be done more quickly, and has a very wide scope, so that this has begun to shift patterns and ways of consumption, and has even become part of people's lifestyles. The method used in this community service activity is to use an internal approach by coordinating with the head of the Neighborhood Association and local residents. The tutor explains that Electronic Commerce (e-commerce) is a new concept that is usually described as the process of buying and selling goods or services on World Wide Web Internet, the tutor also explained about the benefits of e-commerce, namely to expand market share, reduce costs so that selling prices can be lower and can be reached by consumers.

PENDAHULUAN

E-commerce adalah suatu proses menjual atau membeli suatu barang secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. *E-commerce* atau yang biasa disebut juga dengan istilah *Ecom* atau *Emmerce (EC)* merupakan pertukaran bisnis yang rutin dengan menggunakan transmisi *Electronic Data Interchange (EDI)*, email, electronic bulletin board, mesin faximile, dan *electronic Fund transfer* yang berkenaan dengan jual beli di *internet shopping* (Adam Luthfi Kusumatriana Dkk, 2020).

E-commerce merupakan media yang digunakan sebagai transmisi (telekomunikasi) yang di dalamnya mencakup pertukaran, pembelian, dan penjualan suatu produk atau jasa yang menggunakan transportasi, baik secara fisik maupun digital dari lokasi ke lokasi (Greenstein, Marilyn dan Vasarhelyi, 2002). Sebagai upaya mengembangkan bisnis, banyak hal yang perlu dilakukan, salah satunya adalah dengan menerapkannya sistem e-commerce. E-commerce dalam dunia usaha adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet dalam memudahkan kegiatan-kegiatan bisnis (Alwendi, 2020)

Perdagangan elektronik adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. E-commerce merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll (Rehatalanit, 2021)

Saat ini, setiap individu harus bersiap menghadapi pergeseran kebudayaan dimana setiap pemenuhan kebutuhan harus beriringan dengan perkembangan teknologi. Hal ini menjadi peluang bagi sebagian besar perusahaan E-commerce untuk menyajikan pasar dalam bentuk membeli dan menjual produk secara online. E-commerce mencakup segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis yang lebih luas (Rakhmawati et al., 2021).

Era globalisasi ekonomi yang disertai dengan perkembangan pesat teknologi, telah memberi kesan kepada persaingan yang sangat hebat dikalangan pengusaha-pengusaha dan seterusnya mengakibatkan perubahan ekonomi dunia yang sangat pesat. Selain itu, Dalam penjualan produk juga harus menerima kenyataan akan perkembangan teknologi yang cenderung akan berdampak pada margin keuntungan. Dengan adanya bantuan pelatihan dan aplikasi e-commerce dapat meningkatkan motivasi bagi mitra untuk melaksanakan pemasaran terhadap produknya. (Evasari et al., 2019).

Solusi pemanfaatan teknologi tepat guna adalah berbisnis dengan teknologiyang dimiliki. Di dunia internet istilah “bisnis online” atau “technopreneur” saat ini sangatlah tidak asing. Peluang peluang positif yang menarik tersebar diberbagai website di Internet (Utami AD & Triyono R A, 2011).

Internet membuat channel baru untuk komunikasi interaktif antara kosumen, penjual, dan rekan bisnis lainnya. Hal ini memungkinkan perusahaan berinteraksi dan bekerja sama secara terus menerus dalam pengembangan produk, pemasaran, pengiriman, pelayanan, dan dukungan Teknik (Yuliana O Y, 2000)

Pelatihan dan aplikasi *e-commerce* diharapkan kedepannya dapat meningkatkan motivasi bagi mitra untuk melakukan kegiatan pemasaran terhadap produknya (Evasari et al., 2019). Perkembangan *E-Commerce* mempunyai manfaat yang sangat besar khususnya bagi perekonomian masyarakat, Berikut Manfaat bagi masyarakat:



Gambar 1. Manfaat E-Commerce Bagi Ekonomi Masyarakat

Electronic-Commerce (e-commerce) atau perdagangan elektronik adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan *www*, *e-commerce* juga memerlukan teknologi basisdata atau pangkalan data (*database*), e-surat atau surat elektronik (*e-mail*), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk *e-commerce* ini. Dan dalam dunia bisnis, peluang *e-commerce* masih sangat luas, mengingat pangsa pasar yang tersedia (terutama di Indonesia) masih terbuka lebar (Rehatalanit, 2021).

Internet memiliki beberapa daya Tarik keunggulan bagi para konsumen maupun organisasi. Internet juga merupakan media elektronik mutakhir yang menunjang *e-commerce* dan mengalami peningkatan yang pesat. Internet memberikan banyak kemudahan dalam melakukan proses pemasaran (Sutejo BS, 2006).

Sebagai upaya mengembangkan bisnis, banyak hal yang perlu dilakukan, salah satunya adalah dengan menerapkannya sistem *e-commerce*. *E-commerce* dalam dunia usaha adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet dalam memudahkan kegiatan-kegiatan bisnis. Melalui internet pelaku usaha dapat dengan mudah berkomunikasi dan surat menyurat melalui email, chatting, dan lain sebagainya. Dapat mempromosikan produk melalui iklan *online*, juga dapat memperkenalkan perusahaan dan mencari pelanggan baru melalui laman atau *website* (Alwendi, 2020).

Dengan pemanfaatan penggunaan *E-commerce* akan membantu seorang pengusaha dalam meningkatkan pendapatan usahanya dan menjadi nilai tambah dalam memperluas pasar dengan cara yang lebih ekonomis dan modern (Solihat & Sandika, 2022).

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berbentuk pelatihan pengenalan penggunaan *e-commerce*, peserta pelatihan yaitu warga Rt 06 Rw 11 kelurahan Bojonggede Jawa Barat. Yang dilaksanakan pada: Hari / Tanggal : Sabtu 03 Juli 2021, Waktu : 12:30 – selesai.

Pelaksanaan program pelatihan *ecommerce* merupakan salah satu upaya untuk menumbuhkan ekonomi masyarakat desa melalui penjualan online yang sedang marak dilakukan, sehingga selain berjualan atau berbelanja *offline* masyarakat juga dapat melakukan kegiatan tersebut secara *online* melalui aplikasi-aplikasi *e-commerce* yang ada misalnya menggunakan aplikasi yang tersedia di Indonesia seperti bukalapak, tokopedia, shopee, Lazada, dan lain sebagainya.

Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan menggunakan pendekatan internal dengan cara koordinasi dengan ketua Rukun Tetangga dan ibu-ibu warga setempat, Tutor menjelaskan tentang *Electronic Commerce (e-commerce)* merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* Internet, tutor juga menjelaskan tentang manfaat *e-commerce* yaitu untuk memperluas pangsa pasar, menurunkan biaya sehingga harga jual bisa lebih rendah dan dapat dijangkau oleh konsumen.

Pelatihan *e-commerce* merupakan salah satu program kerja dalam bidang ekonomi sebagai upaya memberikan ide, membangun dan mengembangkan perekonomian masyarakat setelah masa pandemi covid-19 terutama untuk kalangan ibu-ibu dan remaja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan terkait dunia internet khususnya dalam bisnis *E-commerce* yang dikhususkan untuk para remaja dan ibu-ibu di kelurahan Bojonggede Jawa Barat. kegiatan tersebut memberikan dampak dan hasil yang positif, karena dari jumlah peserta yang hadir mengaku belum memanfaatkan media *E-commerce* secara efektif khususnya untuk memanfaatkannya berjualan secara *online*. Sesuai kondisi masyarakat sekitar ada beberapa yang membuka usaha toko kelontong, *home industry* makanan ringan dan lain sebagainya. semenjak adanya Covid-19 ini ruang gerak para wirausaha rumahan sangat sempit untuk berjualan secara langsung.

Tim memberikan pengetahuan terkait penggunaan media *E-commerce* seperti aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada untuk diaplikasikan sebagai media online dalam proses pemasaran produk usaha. Peserta sangat tertarik dan antusias dengan adanya pelatihan *e-commerce* tersebut.

Para peserta memperhatikan dengan fokus ketika diberikan penjelasan mengenai pelatihan *e-commerce*. Peserta juga aktif bertanya mengenai hal yang belum dipahami atau ingin lebih diketahui terkait *e-commerce*. Selain itu, pada angket respon dari peserta menunjukkan hasil setuju bahwa pelatihan ini sangat menarik dan bermanfaat.

Dengan adanya pelatihan *e-commerce* mencakup teori umum, persiapan, dan contoh berjualan online pada *marketplace* yang sudah disampaikan oleh salah satu tim, para peserta pengabdian kepada masyarakat mulai tertarik untuk memanfaatkan aplikasi tersebut baik untuk berjualan maupun membeli produk secara *online*. Dikesempatan pengabdian ini tim memberikan kesempatan kepada peserta untuk praktek langsung pembuatan akun, membuat nama toko, memasukkan deskripsi produk, jenis-jenis produk yang dijual para peserta, tetapi masih harus membutuhkan pendampingan. Namun demikian dengan adanya pelatihan ini masyarakat mulai mengerti dan melek teknologi, sehingga dapat memanfaatkan *handphone*, laptop yang ada dengan maksimal.



Gambar 2. Penyampaian Materi *E-Commerce*



Gambar 3. Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat

PENUTUP

Selama proses pelatihan, tim pelaksana kegiatan pengabdian melakukan pemantauan kepada peserta pelatihan sekaligus melakukan wawancara terhadap materi, metode dan praktek dalam kegiatan ini. Secara umum peserta yang hadir mengatakan pelatihan ini sangat baik dan materi yang diberikan merupakan materi yang sangat dibutuhkan dalam kegiatan berwirausaha berbasis menumbuhkan ide usaha baru sedangkan instruktur nya sangat berkompeten. Kegiatan yang

dilaksanakan tergolong cukup efektif sehingga dapat memberikan tambahan wawasan dan pemahaman pentingnya rencana dalam membuat suatu usaha. Adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat bermanfaat untuk menambah wawasan dan meningkatkan pemahaman mereka akan pentingnya metode bisnis dan membaca peluang untuk menentukan keberhasilan dan meningkatkan omset atau pendapatan usaha agar lebih maksimal. diharapkan untuk pelatihan selanjutnya dapat memberikan pengetahuan pemasaran *online* menggunakan media lain seperti *websait, Search Engine Marketing, Social Media Marketing, Online Advertising, email marketing, Video Marketing* dan lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih sampaikan kepada seluruh peserta pengabdian kepada masyarakat yang telah hadir mendukung dan mengikuti kegiatan ini sampai selesai. serta kami ucapkan terima kasih kepada Universitas Indraprasta PGRI Jakarta yang telah memberikan dukungan terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Luthfi Kusumatriana Dkk. (2020). *Statistik E-Commerce 2020*. . Badan Pusat Statistik/BPS-Statistics Indonesia.
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 317–325.
- Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- Greenstein, Marilyn dan Vasarhelyi, M. (2002). *Electronic Commerce*. McGraw Hill.
- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). E-commerce di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i2.967>
- Sutejo BS. (2006). Internet Marketing : Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 43.

- Utami AD & Triyono R A. (2011). Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship Di Batik Solo 85. *Journal Speed Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 3(30), 33.
- Yuliana O Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi & Keuangan. Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 1(2), 44.