

PENYULUHAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UKM (USAHA KECIL MENENGAH) DI MASA PANDEMI COVID 19

Novi Yona Sidratul Munti

Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

e-mail: sikumbang_ona@yahoo.com

Abstrak

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan satu Mitra yaitu Kelompok UKM Mitra ini bertempat di Desa Rantau Merangin. Kelompok ini memiliki aneka usaha, antara lain aneka kuliner ,pakaian, laundry, kesehatan dan kerajinan. Namun, dimasa Pandemi Covid 19 yang terjadi sekarang membuat kurangnya promosi dan penjualan produk yang masih dilakukan secara tradisional serta kemampuan manajemen atau pengelolaan yang kurang profesional, hal tersebut yang menyebabkan beberapa UKM di Desa Rantau Merangin kurang berkembang bahkan beberapa diantaranya gulung tikar. Tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menerapkan *e-commerce* terhadap penjualan aneka produk UKM yang ada di Desa Merangin dengan maksud mengenalkan dan meningkatkan omset penjualannya, sedangkan metode yang digunakan adalah dengan menggunakan metode partisipatif, penyuluhan, pendampingan dan pelatihan. Hasil yang diperoleh dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu dengan adanya bantuan pelatihan dan aplikasi *e-commerce* dapat meningkatkan motivasi bagi mitra untuk melaksanakan pemasaran terhadap produknya supaya omsetnya meningkat selama Pandemi Covid 19.

Kata Kunci: *E-commerce, usaha kecil menengah, pandemic covid 19*

Abstract

The implementation of this community service involves one partner, namely the SME Partner Group located in Rantau Merangin Village. This group has various businesses, including various culinary, clothing, laundry, health and crafts. However, in the current Covid 19 pandemic, there is a lack of promotion and product sales that are still carried out traditionally as well as less professional management or management capabilities, this has caused some SMEs in Rantau Merangin Village to be underdeveloped and even some of them went out of business. The purpose of implementing this community service is to apply *e-commerce* to the sale of various SME products in Merangin Village with the aim of introducing and increasing sales turnover, while the method used is by using participatory methods, counseling, mentoring and training. The results obtained from the implementation of this community service are that with the assistance of training and *e-commerce* applications, it can increase the motivation for partners to carry out marketing of their products so that their turnover increases during the Covid 19 Pandemic.

Keyword: *E-commerce, small and medium businesses, the covid 19 pandemic*

PENDAHULUAN

E-commerce atau bisa disebut Perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer. Seluruh komponen yang ada dalam perdagangan diaplikasikan ke dalam e-commerce seperti customer service, layanan produk, cara pembayaran dan cara promosi. Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya e-commerce. Internet merupakan salah satu jaringan global yang menghubungkan jaringan komputer diseluruh dunia, sehingga memungkinkan terjalinya komunikasi dan interaksi antar satu perusahaan dengan konsumen. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat pada saat ini diciptakan untuk membantu manusia dalam meringankan beban aktivitas sehari-hari serta membantu dalam memberikan informasi yang cepat, tepat dan akurat.

Khususnya perkembangan teknologi informasi di Indonesia meningkat pesat dari hari ke hari. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai macam faktor mulai dari perluasan area cakupan internet, peningkatan bandwidth internet, penggunaan teknologi internet dan komunikasi terbaru yang lebih cepat dan efisien, perkembangan ponsel pintar, munculnya berbagai macam media sosial dan *ecommerce*, serta semakin banyaknya masyarakat yang paham dan aktif menggunakan internet (Lipsus, 2019). Sebagai negara yang terletak di wilayah Asia Pasifik, Indonesia menjadi bagian dari 4,3 milyar total penduduk di wilayah ini. Separuh lebih dari populasi tersebut, sekitar 56% atau 2,42 milyar di antaranya sudah mendapatkan akses internet. Dan tepat separuhnya, yakni sekitar 2,14 milyar penduduk telah menggunakan sosial media (Ramadhan, 2020). Saat ini peranan teknologi informasi berpengaruh dalam dunia ekonomi khususnya dalam hal penjualan. Dengan banyaknya pengguna internet maka memungkinkan peluang usaha yang semakin besar. Hal ini dikarenakan dengan adanya internet maka penjual dapat melakukan komunikasi dengan konsumen dimana saja dan kapan saja cukup dengan memanfaatkan perangkat *mobile* dan internet yang dimiliki.

Media sosial merupakan perpaduan sosiologi dan teknologi yang memberikan kesempatan orang untuk saling terhubung secara *online* baik dalam hubungan personal maupun bisnis. Media sosial memberikan peranan sebagai media penghubung informasi dan komunikasi antara penjual dengan pembeli, selain itu media sosial memiliki potensi untuk menemukan konsumen serta membangun *image* tentang merk suatu produk (Vernia, 2017). Proses jual beli yang dilakukan melalui internet dikenal dengan *ecommerce* atau *electronic commerce* (Khasanah & Rofiah, 2019). *Ecommerce* merupakan sebuah aktivitas pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi dengan menggunakan komputer melalui Internet (Ikamah & Widawati, 2018).

Banyaknya pengguna media sosial menjadikan suatu fenomena tersendiri di era digital saat ini baik melalui perangkat *mobile*. Hal ini dibuktikan dengan

adanya data yang menunjukkan bahwa 80% penggunaan internet melalui perangkat *mobile* digunakan untuk mengakses sosial media (Ramadhan, 2020). Begitu banyak toko *online* yang ada di Indonesia atau dikenal dengan *ecommerce*. Berdasarkan data digital 2020 menunjukkan 8 dari 10 pengguna internet membeli produk atau jasa secara online dengan menggunakan perangkat *mobile*. Berdasarkan data menunjukkan bahwa 93% pengguna sudah mengetahui caranya bagaimana mencari informasi tentang suatu produk melalui internet kemudian melakukan kegiatan transaksi jual beli secara *online* (Ramadhan, 2020).

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah sekelompok pemuda di Desa Rantau Merangin Kabupaten Kampar. Latar belakang dari pihak mitra memiliki sampingan usaha yang dilakukan secara mandiri dengan berbagai jenis bidang usaha seperti diantaranya makanan, pakaian, jasa laundry, kesehatan dan lain sebagainya. Pemasaran yang saat ini dilakukan dengan cara menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut Sedangkan konsumen yang melakukan pembelian belum terlalu banyak dikarenakan promosi yang kurang dikenal. Padahal dengan kemajuan teknologi saat ini dapat memanfaatkan peranan internet dan perangkat *mobile* yang dimiliki untuk mengembangkan usaha yang dimiliki secara *online* sehingga memungkinkan pencapaian pangsa pasar yang lebih luas. Terlebih dalam kondisi pandemic Covid 19 ini perlu adanya terobosan yang dapat meningkatkan peluang usaha yang dimiliki secara *online*

Beberapa kegiatan pelatihan yang berkaitan dengan pengoptimalan digital teknologi informasi dalam mengoptimalkan peluang bisnis dengan memanfaatkan perangkat *mobile*, *internet*, media sosial dan *ecommerce* sudah dilakukan sebelumnya seperti *ecommerce* yang dirancang dan diimplementasikan juga dilakukan pada program kemitraan masyarakat dengan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) di Desa Rantau Merangin, *ecommerce* yang diusulkan bertujuan untuk memudahkan pihak UKM dalam menjualkan produk khas Desa ke seluruh kalangan dan dapat diketahui oleh masyarakat luas, solusi *ecommerce* yang diusulkan adalah dengan merancang *website* (Dewi et al., 2019). Penjualan secara *online* juga dijadikan solusi dengan membuat *website* dinamis dalam membantu mitra yang menjualkan pupuk organik dari olahan sampah daun kering (Khasanah & Rofiah, 2019). Pembuatan akun *ecommerce* yang dilakukan oleh mitra bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan transaksi jual beli minuman, *ecommerce* yang dibuat oleh mitra antara lain Bukalapak, Shopee dan Tokopedia. Kegiatan tersebut dilakukan guna mengenalkan kepada mitra pemanfaatan *digital marketing* agar dapat mencetak masyarakat dan Anak muda yang memiliki kemandirian dengan memanfaatkan teknologi (Widiawati et al., 2019). Media sosial dimanfaatkan untuk keperluan promosi produk pada salah satu pengusaha kecil (UKM) Desa Salo, media sosial yang digunakan adalah *whatsapp*, *line* dan *Instagram* dari hasil pelatihan menunjukkan 82% mitra telah menguasai konsep pemasaran, manajemen usaha dan promosi *online* (Husin et al., 2019).

METODE

Mekanisme pelaksanaan kegiatan secara umum berupa perencanaan/persiapan, pelaksanaan, observasi dan evaluasi, serta refleksi. Kegiatan perencanaan yaitu sebagai berikut: melakukan koordinasi dengan Mitra sebagai pemberi izin pelaksanaan penyuluhan, melakukan penyusunan materi penyuluhan e-commerce sebagai media promosi pada UKM (Usaha Kecil dan Menengah) Di Masa Pandemi Covid 19.

Kegiatan pelaksanaan yaitu sebagai berikut: menjelaskan mengenai pentingnya penyuluhan e-commerce sebagai media promosi, menjelaskan materi peningkatan e-commerce sebagai sebagai media promosi, serta melaksanakan kegiatan e-commerce sebagai media promosi pada UKM (Usaha Kecil dan Menengah) Di Masa Pandemi Covid 19

Kegiatan observasi dilakukan secara langsung oleh tim pelaksana, observasi berupa pengecekan hasil dari pelaksanaan model pembelajaran PBL. Proses evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui kekurangan dan kendala dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Kemudian Refleksi dilakukan bersama antara tim dan peserta (dosen mitra). Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama website ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana.

UPStore

UPStore adalah Website E-commerce sederhana yang menawarkan beberapa produk. Memenuhi segala kebutuhan dengan menawarkan berbagai pilihan produk dari segala kategori, mulai dari elektronik, pakaian, perhiasan dan lain- lain. Strength / Kelebihan (Beraneka Ragam Produk Tersedia: Di UPStore barang yang di jual sangat beraneka macam, mulai dari barang elektronik, peralatan rumah tangga, perlengkapan bayi, pakaian, perhiasan, mainan, alat musik, alat olahraga, buku, tas, alat kecantikan dan lain-lain; Banyak Diskon Menarik Yang Di Tawarkan: UPStore sangat sering memberikan diskon-diskon terhadap produk yang dijualnya. Diskon yang diberikan pun bervariasi, mulai dari 2% sampai dengan diatas 30%.Website yang user friendly); Website di UPStore: memiliki tampilan yang user friendly. Navigasinya sangat mudah dan tampilannya pun menarik sehingga orang yang awampun bisa menggunakannya dengan mudah; Pengiriman Barang Cepat: Sebagai pembeli pasti mengharapkan barang yang ia beli cepat sampai dan tidak terjadi kerusakan ataupun cacat, UPStore sepertinya tahu persis kebutuhan konsumen

itu oleh karena itu mereka melakukan pengiriman barang yang cepat setelah pembayaran diterima).

Weakness / Kelemahan : konfirmasi Pembayaran Cukup Lama, fasilitas COD masih belum bisa Sangat rawan terjadi penipuan, kadang barang tersebut tidak sesuai dengan yang kita inginkan, kepercayaan dan resiko, akses Internet yang lambat, tidak bisa Memegang & Mencoba produk, pasar Seluruh Dunia Tapi Terbatas Pada Pengguna Internet, permasalahan hukum/legalitas, nama domain masih gratis.

Opportunities / Peluang : menjadi top website pengunjung dari UPStore , rata-rata waktu yang dihabiskan pengunjung untuk mengunjungi website ini adalah sekitar 7 menit, bisa diakses dimana saja -kapan saja, kesempatan berpartisipasi, tidak dikenai pajak penjualan, dapat membuka lapangan usaha bagi UMKM, memajukan siklus perekonomian Indonesia di bidang bisnis

Threats / Ancaman : semakin banyak muncul pesaing yang menyediakan layanan yang sama, munculnya penipuan Dikhawatirkan adanya pembuatan website palsu, persaingan harga, kualitas, persaingan secara global, tidak adanya jaminan bahwa transaksi e-commerce terbebas dari upaya perusakan/pemanipulasian data dan tentu akan berdampak pada berkembangnya aktivitas ekonomi, pencurian data oleh hacker, website yang masih rentan.

SIMPULAN

Hasil yang diperoleh dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu dengan adanya bantuan pelatihan dan aplikasi *e-commerce* dapat meningkatkan motivasi bagi mitra untuk melaksanakan pemasaran terhadap produknya supaya omsetnya meningkat selama Pandemi Covid 19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UKM di daerah Rantau Merangin yang telah memberikan waktu kepada peneliti untuk melaksanakan pengabdian mengenai penyuluhan e-commerce sebagai media promosi. Terimakasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan banyak saran berharga dan turut mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R. S., Dewi, O. A. C., & Noviasri, R. (2019). Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 36–43
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2061>
- Husin, D., Wijaya, I., Dewi, N., & Hilmi. (2019). Promosi Produk Menggunakan Media Sosial Online Pada Para Pedagang Kecil Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Vokasi*, 3(1), 45–50.
- Ikmah, & Widawati, A. S. (2018). Penerapan Ecommerce Untuk Pemasaran Pada Usaha Handycraft. *Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat, November*, 169–174.
- Khasanah, F. N., & Rofiah, S. (2019). Metode User Centered Design dalam

Merancang Tampilan Antarmuka Ecommerce Penjualan Pupuk Berbasis Website Menggunakan Aplikasi Balsamiq Mockups. *Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 3(2), 14-23.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33366/jast.v3i2.1443>

Lipsus. (2019). *Indonesia Digital 2019 : Tinjauan Umum*. Websindo.

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>

Ramadhan, B. (2020). *Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020*.

Teknoia.<https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd1>