

PELATIHAN *ECOMMERCE* PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA DI DESA DANGDANG UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN SEBAGAI DAYA SAING MASYARAKAT DI ERA DIGITAL

Agus Heri Yunial¹, Joko Suwarno², Wilis Puspita Sari³

^{1,2,3}Teknik Informatika, Universitas Pamulang,
e-mail ¹dosen02525@unpam.ac.id, ²dosen02522@unpam.ac.id

Abstract

Today's technology continues to grow and the benefits of using the internet are felt for the users. Some people feel dependent on the internet, including the activities of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in utilizing information technology to run their business, especially in the digitalization era. Indonesia is known as a region that has a variety of regional superior products and is the hallmark of a village, sub-district, district or province. Regional superior products have the potential to be further developed according to natural conditions and the local environment, so that they can be competitive and can improve people's welfare. The superior product development program will also be more successful if it is supported by the participation of the regional government, especially in terms of coordination and provision of policies that are in favor of MSMEs producing regional superior products. Application of Science and Technology (Science and Technology) from universities as an effort to develop regional superior products, competitive in the domestic market and even reaching dynamic overseas. Therefore, through community service activities, university lecturers, in this case the lecturers at Pamulang University in the Informatics Engineering study program, took a role in socializing the role of information and communication technology in e-commerce training activities for home industries in Dangdang village to increase income as a competitive advantage. society in the digital era to help the MSME community in Dangdang Village in developing their business in order to increase their income from the sale of their products. The e-commerce used is the Shopee application.

Keywords: Ecommerce, Dangdang Village, MSMEs, Shopee

Abstrak

Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era digitalisasi. Indonesia dikenal sebagai wilayah yang memiliki aneka produk unggulan daerah dan menjadi ciri khas dari suatu wilayah desa, kecamatan, kabupaten, maupun provinsi. Produk unggulan daerah memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut sesuai kondisi alam dan lingkungan setempat, agar dapat berdaya saing, dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Program pengembangan produk unggulan juga akan lebih berhasil bilamana didukung oleh peran serta pemerintah daerah khususnya dalam hal koordinasi dan pemberian kebijakan yang berpihak pada UMKM penghasil produk unggulan daerah. Penerapan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) dari Perguruan Tinggi sebagai usaha mengembangkan produk unggulan daerah, agar kompetitif di pasar dalam negeri bahkan menjangkau luar negeri yang dinamis. Maka dari itu melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat para dosen perguruan tinggi, dalam hal ini dosen Universitas Pamulang program studi Teknik Informatika mengambil peran dalam mensosialisasikan peranan teknologi informasi dan komunikasi tersebut dalam kegiatan Pelatihan *ecommerce* pada industri rumah tangga di desa dangdang untuk meningkatkan pendapatan sebagai

daya saing masyarakat di era digital untuk membantu masyarakat UMKM di Desa Dangdang dalam mengembangkan usahanya guna meningkatkan pendapatan mereka dari hasil penjualan produknya. *Ecommerce* yang digunakan adalah aplikasi *Shopee*.

Kata Kunci: *Ecommerce*, Desa Dangdang, UMKM, *Shopee*

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi sekarang ini, menyebabkan kebutuhan manusia semakin bertambah, terdapat hubungan yang sangat erat antara kemajuan teknologi dengan bertambahnya kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia menjadi lebih mudah untuk dipenuhi, Secara tidak langsung manfaat dari berkembangnya teknologi adalah membantu manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu perkembangan teknologi saat ini adalah perkembangan perangkat lunak (*software*) aplikasi komputer dan aplikasi *gadget* (perangkat elektronik kecil yang memiliki fungsi khusus atau disebut juga *handphone* atau *android*). Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin *modern*, kita dituntut untuk mengikuti teknologi pada era digitalisasi, *digital marketing* adalah suatu aktivitas promosi, baik untuk mempromosikan sebuah *brand*, produk maupun jasa menggunakan media digital. Salah satunya adalah *digital marketing* dimana suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media digital atau media *online*. *Tren Digital Marketing* di Indonesia semakin pesat dan berkembang sangat cepat. Kenyataan ini tidak lepas dari pertumbuhan dan maraknya toko *online* maupun berbagai jenis bisnis secara *online*. Bahkan para pengguna internet mayoritas memilih transaksi secara *online* dibandingkan harus berbelanja ke pasar, super market atau *mall* [1]. Perkembangan teknologi menghasilkan sarana yang semakin canggih, yang dapat digunakan sebagai media dalam pengembangan usaha bisnis berorientasi kepuasan pelanggan. Salah satu bentuk integrasi teknologi tersebut adalah dalam praktik pemasaran menggunakan strategi *digital marketing* [2].

Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Roy Mandey mengatakan dari catatannya jumlah *volume* transaksi secara

online telah meningkat 9. 1,5% - 2% dibandingkan dengan *volume* transaksi konvensional [3].

Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). (Mohamad Trio Febriyanto, Debby Arisandi 2018.). Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) [4].

Aplikasi *Shopee* dipilih dikarenakan tingkat kepuasan pelanggan yang mencapai 99% menurut penelitian Diah Pranitasari dan Ahmad Nurafif Sidqi dalam penelitian yang berjudul "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik *Shopee* Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius". Penelitian mereka mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas layanan elektronik yang diberikan *Shopee* dengan menggunakan E-Service Quality dan metode Diagram Kartesius atau Importance Performance Analysis (IPA). Pengukuran penilaian pelanggan menggunakan perhitungan kesenjangan dengan mengu hitung selisih antara tingkat persepsi pelayanan yang diberikan dengan tingkat harapan pelanggan. Penelitian dilakukan pada mahasiswa/i Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dan mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta, dengan jumlah sampel sebanyak 200 mahasiswa/i. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi yang telah memenuhi kepuasannya yaitu Efficiency

[5], Reliability, dan Responsiveness. Sedangkan dimensi e-servqual yang belum memenuhi kepuasan pelanggan adalah dimensi Fulfillment, Privacy, Compensation, dan Contact. Selain tingkat kepuasan pelanggan, aplikasi *Shopee* juga lebih banyak menawarkan banyak promosi sehingga meningkatkan minat belanja para penggunanya [6].

Sumber daya manusia yang ada pada Desa Dangdang ini terbilang sangat tinggi, tetapi minim pengetahuan dalam bidang pemasaran produk melalui digital marketing, oleh karena itu membuat kami tertarik untuk memberikan ilmu pengetahuan mengenai digital marketing di Desa Dangdang. Sumber daya manusia yang ada pada Desa Dangdang ini terbilang sangat tinggi, tetapi minim pengetahuan dalam bidang pemasaran produk melalui digital marketing, oleh karena itu membuat kami tertarik untuk memberikan ilmu pengetahuan mengenai digital marketing di Desa Dangdang [7].

2. METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk kegiatan PKM yang berjudul “Pelatihan *ecommerce* pada industri rumah tangga di desa dangdang untuk meningkatkan pendapatan sebagai daya saing masyarakat di era digital” ini akan dilaksanakan di lingkungan Desa Dangdang RT 01/ RW 001, Kecamatan Cisauk, kabupaten Tangerang, provinsi Banten.

Metode pelaksanaan yang akan kami gunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) terdiri dari beberapa tahapan-tahapan antara lain [8] :

a. Tahap Persiapan

Pada tahap pertama ini yaitu tahap persiapan dimana kegiatan yang dilakukan diantaranya adalah:

- 1) Kunjungan Awal.
- 2) Menentukan Waktu dan Tempat Kegiatan.
- 3) Penyusunan Materi.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap kedua ini terdapat beberapa metode atau kegiatan yang dilakukan diantaranya:

- 1) Penyuluhan dan Praktik
- 2) Tanya Jawab

c. Tahap Evaluasi : Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi dari tahapan awal

kegiatan sampai kegiatan tersebut berakhir. Tujuannya adalah untuk mengetahui kekurangan yang sudah dilakukan agar kegiatan kedepannya bisa lebih baik lagi. Dan juga akan dilakukan pemantauan terhadap peserta terkait kendala atau permasalahan serta pertanyaan-pertanyaan kedepannya mengenai transaksi penjualan mereka melalui aplikasi *Shopee*.

d. Pembuatan Laporan Akhir dan luaran : Tahap ini adalah tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Pada tahapan ini juga akan dibuat laporan akhir dari kegiatan yang sudah dilaksanakan serta membuat luaran yaitu jurnal kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan.

3. HASIL

Hasil dari kegiatan ini adalah para warga khususnya ibu-ibu warga RT 01 RW 001 Desa Dangdang kecamatan Cisauk peserta kegiatan PKM sudah memiliki akun toko *shopee* dan bisa mulai memasarkan produk UMKM mereka secara online. Dari hasil yang didapatkan tersebut diharapkan produk UMKM mereka bisa bersaing di era digital dan bisa menambahkan pasar mereka sehingga meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka dari hasil penjualan produk UMKMnya [1].

4. PEMBAHASAN

Untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibatasi ruang lingkup untuk pemanfaatan *ecommerce* menggunakan aplikasi *shopee*. Pelaksanaan kegiatan berupa materi, sesi tanya-jawab dan pelatihan. Adapun susunan kegiatan pelaksanaannya adalah:

Tabel 1. Susunan Acara

No	Kegiatan	Pukul	Waktu	Narasumber
1	Pembukaan	10:00 - 10:05	5 Menit	Mahasiswa
2	Do'a	10.05 - 10.10	5 Menit	Joko Suwarno, M.Kom
3	Sambutan Panitia	10.10 - 10.15	5 Menit	Agus Heri Yunial,

				M.Kom
4	Sambutan Ketua RT	10.15 - 10.30	15 Menit	Surganda
5	Materi 1 : Pengenalan <i>ecommerce</i>	10.30 - 11.00	30 Menit	Joko Suwarno, M.Kom
6	Materi 2: Praktek Pembuatan toko	11.00 - 11.30	30 Menit	Willis Puspita Sari, M.Kom
7	Sesi tanya jawab	11.30 - 11.40	10 Menit	All

5. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat disimpulkan beberapa hal sesuai tujuan dari kegiatan pengabdian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

- Peserta sudah memiliki akun toko pada aplikasi *Shopee*.
- Peserta sudah bisa memasarkan produk mereka dengan digital marketing melalui aplikasi *Shopee*.
- Peserta sudah mengetahui cara mencairkan dana hasil penjualan pada aplikasi *Shopee*.

Untuk meningkatkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, penulis membutuhkan saran untuk pengembangan kegiatan pengabdian selanjutnya. Adapun saran bagi pengabdian selanjutnya yakni:

- Pelatihan pemanfaatan *ecommerce* dengan aplikasi lain selain *shopee*.
- Pelatihan foto editing untuk mempercantik foto produk penjualan.
- Pelatihan cara memanfaatkan fitur lain dari *shopee* seperti voucher gratis ongkir dan sebagainya.

DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar 1 Penyampain Materi dan Sambutan



Gambar 2. Foto Praktik Bersama Warga desa dandang



Gambar 3. Penyerahan Plakat kepihak Desa dandang



Gambar 4. Foto Bersama Mahasiswa dan Warga desa Dandang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Linke *Et Al.*, "Menedukasi Pelaku Umkm Digital Marketplace Dalam Penggunaan Aplikasi Akuntansi Berbasis Web," Vol. 1, No. 2, Pp. 95–99, 2022.
- [2] D. I. Smk And P. Serpong, "Seminar

- Edukasi Digital Marketing,” Vol. 1, No. 2, Pp. 230–234, 2022.
- [3] A. B. Nugroho *Et Al.*, “Pelatihan Dan Pengembangan Kreativitas Siswa Dalam Menggunakan Microsoft Office Di Smk Cendikia Bangsa,” Vol. 1, No. 2, Pp. 254–258, 2022.
- [4] G. S. Sayyid Adzeem Farhan, Aditya Nur Hakim, Chandrika Komara Tungga, Hilda Febrianti, Novelia Ramadhani, Perani Shakina, Rangga Ariansyah, Rizky Setyaning Gusti, Salsabila Asya Assafah, Tubagus Ardian Maulana, “Penyuluhan Penggunaan Media Sosial Dan Game Online Secara Berlebihan Di Sdn Kademangan 01 Tangerang Selatan Membuat Kinerja Menjadi Lebih Cepat , Tepat , Serta Akurat Sehingga Dapat Meningkatkan Produktivitas . Sesuai Membawa Pengaruh Besar Bagi Pelajar .,” Vol. 1, No. 2, Pp. 41–45, 2022.
- [5] G. S. Achmad Setya Budi, Ariz Nur Annafi, Diky Syafitra, Dimas Danang Aji Wahyu Islam, Fikri Agustiawan, Imam Balda, Rapli Muhammad Ardiansah, Rayhan Bilal Alghifary, Rescue Asmara, Rizky Ardiansyah, “Pengenalan Dan Penggunaan Dbms (Database Management System) Di Smk Tunas Media Kota Depok,” Vol. 1, No. 2, Pp. 52–57, 2022.
- [6] N. Ratama *Et Al.*, “Sosialisasi Penggunaan Ecommerce Dalam Perkembangan Bisnis Di Era Digital,” *Abdi J. Publ.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 6–12, 2022.
- [7] P. Wahib, A. T. Narotama, And N. M. Rijki, “Sosialisasi Cyber Security Untuk Meningkatkan,” Vol. 1, No. 2, Pp. 64–68, 2022.
- [8] F. Mulia Z, “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Cianjur,” *Jurnaladhum*, Vol. 6, No. 1, Pp. 7–11, 2016.