

Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Daring Bagi Pemuda Rumbai dan UMKM Muda

AZNURIYANDI^{1*}; DWIKA LODIA PUTRI²; NURMANSYAH³

^{1,2,3} Universitas Lancang Kuning

Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581

*E-mail : aznuriyandi@unilak.ac.id (korespondensi)

Abstract: In carrying out community service activities using online. Where this community service activity provides training to participants on E-Commerce training to increase income through online for Rumbai youth and young SME's. Training on the use of IT, especially e-commerce in expanding market share, is much needed for the Rumbai youth and SME's in particular, who are able to compete in today's global business. By utilizing e-commerce, promotions and sales can be carried out worldwide without time constraints and at a very low cost than conventional promotions. The purpose of implementing this community service is to apply e-commerce to the sale of various existing SME's products 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.

Keywords: *Online, E-Commerce, Youth of Rumbai and UMKM, Training*

Perkembangan bisnis dalam dunia maya saat ini mulai banyak diminati oleh masyarakat dalam bentuk Online Shop atau transaksi jual beli online (*e-commerce*). Transaksi jual beli online (*e-commerce*) merupakan suatu transaksi jual beli (bisnis) dengan menggunakan internet, perkembangan teknologi seperti Smartphone menjadi salah satu penunjang dalam perkembangan bisnis secara online. Perkembangan teknologi dan informatika ini menjadikan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dituntut agar dapat berkompetisi dalam mengembangkan usaha mereka sehingga dapat meningkatkan daya saing dalam melakukan bisnis. Pemanfaatan teknologi informatika ini memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Perkembangan transaksi jual beli secara online ini tentu tidak bisa lepas dari peningkatan pengguna internet di Indonesia. Transaksi jual beli secara online ini tentu merupakan suatu pergeseran budaya dari budaya transaksi tradisional yang masih bisa kita lihat di pasar-pasar tradisional dengan transaksi

jual beli di dunia maya (online). Transaksi jual beli tradisional masih menggunakan transaksi langsung dan masih dalam skala yang kecil (lokal), sedangkan transaksi jual beli menggunakan internet tidak memiliki batasan dalam melakukan transaksi jual beli (pasar global). Sebagai salah satu strategi yang dilakukan masyarakat untuk mendapatkan keuntungan lebih dalam proses bisnis tentu akan berpengaruh terhadap perubahan perilaku masyarakat, perubahan perilaku ini merupakan suatu bentuk adaptasi masyarakat terhadap proses modernisasi.

UKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia UKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. UKM juga memanfaatkan berbagai Sumber

Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. UKM dapat membantu mengolah Sumber Daya Alam yang ada di setiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. (Kristiyanti, 2012).

E-Commerce merupakan singkatan dari *Electronic Commerce* (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari *Electronic Business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*), oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba rumuskan definisinya. Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Jelas, selain dari yang telah disebutkan di atas, bahwa kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis (*e-commerce is a part of e-business*). (Febriyanti, Darnis dan Rezania, 2019).

METODE

Metode yang akan dilakukan oleh tim selama kegiatan pengabdian bagi masyarakat dengan Mitra Pemuda Rumbai dan UMKM Kota Pekanbaru. a). Metode Ceramah. Peserta diberikan wawasan mengenai pentingnya meningkatkan pendapatan dengan meningkatkan penjualan produk secara online; b). Metode Tutorial. Peserta diberi pelatihan tentang bagaimana meningkatkan pendapatan melalui penjualan produk dengan menggunakan e-commerce; c). Metode Diskusi. Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan usaha yang sudah dijalani oleh Pemuda Rumbai dan UMKM.

HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui daring. Para peserta yang hadir pada waktu pelaksanaan kegiatan berjumlah 46 orang dengan tingkat pendidikan SMP dan SMA

dengan usia 25 – 40 tahun. Kegiatan pengabdian masyarakat ini tentang Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Daring Bagi Pemuda Rumbai dan UMKM muda dilakukan dengan pola penyampaian materi melalui online. Kegiatan pelaksanaannya dilakukan pada tanggal 31 Desember 2021 dalam rentang waktu pukul 19.00 sampai dengan pukul 21.30 WIB.

Pemberian materi kepada peserta ini dimaksud agar peserta lebih mudah mengetahui dan memahami materi sehingga diharapkan dapat menjadi pedoman bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan maupun diskusi yang proaktif pada saat penyuluhan berlangsung. Setelah peserta hadir, acara penyuluhan dibuka dan dilanjutkan dengan kegiatan penyampaian materi-materi penyuluhan oleh seluruh tim pelaksana kegiatan secara bergantian.

Evaluasi pada tahap pertama sesuai dengan indikator dan rancangan evaluasi diperoleh data sebagai berikut: 1). Jumlah peserta yang hadir sebanyak 46 orang dari peserta yang diharapkan hadir sehingga hampir 100%; 2). Keantusiasan peserta sangat terlihat jelas dimana hampir seluruh peserta aktif terlibat dalam proses kegiatan hingga selesai; 3). Evaluasi pada tingkat kesukaan konsumen (peserta) hampir semua peserta >95% menyatakan suka dengan hasil kegiatan.

PEMBAHASAN

Proses kegiatan pertama dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, yaitu menjelaskan mengenai pemanfaatan sistem informasi manajemen kepada mitra. Sistem informasi adalah kumpulan komponen didalam suatu organisasi yang berfungsi sebagai pengolahan untuk menghasilkan sebuah laporan-laporan yang disajikan kepada pihak tertentu.

Sistem informasi manajemen adalah bagian dari sebuah sistem informasi, jadi berdasarkan uraian diatas, pengertian dari sistem informasi manajemen adalah suatu sistem yang dibuat untuk mengolah dari

data mentah menjadi sebuah laporan yang berharga, supaya bisa disajikan kepada stackholder yang membutuhkan.

Proses selanjutnya, dilakukan pelatihan mengenai manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran adalah ilmu untuk mengolah dalam menentukan target pasar, kemudian mendapatkan customer, setelah itu menjaga customer, sehingga menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan customer untuk menangkap nilai dari customer sebagai imbalan (Kotler and Keller: 2016)

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses mengolah kebutuhan, keinginan dan permintaan demi menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan customer dan menetapkan harga yang menarik dengan memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Proses kegiatan ketiga, dilakukan pembuatan desain dan perancangan aplikasi e-commerce berbasis website. E-Commerce merupakan suatu hubungan antara organisasi atau kelompok bisnis dengan customer, dengan bantuan penggunaan internet dan media website yang digunakan untuk penjualan produk serta melayani customer supaya lebih efektif dan efisien tanpa harus customer datang ke tempat.

Yang membedakan antara proses jual dan beli produk pada sistem e-commerce dengan proses jual dan beli produk secara tradisional adalah semua proses yang dimulai dari mencari informasi mengenai barang atau jasa yang diperlukan, kemudian melakukan pemesanan dan yang terakhir proses pembayaran di lakukan secara elektronik.

Proses kegiatan ketiga, dilakukan pembuatan desain dan perancangan aplikasi e-commerce berbasis website. ECommerce merupakan suatu hubungan antara organisasi atau kelompok bisnis dengan customer, dengan bantuan penggunaan internet dan media website yang digunakan untuk penjualan produk serta melayani customer supaya lebih efektif dan efisien tanpa harus

customer datang ke tempat.

Yang membedakan antara proses jual dan beli produk pada sistem e-commerce dengan proses jual dan beli produk secara tradisional adalah semua proses yang dimulai dari mencari informasi mengenai barang atau jasa yang diperlukan, kemudian melakukan pemesanan dan yang terakhir proses pembayaran di lakukan secara elektronik.

Penggolongan e-commerce pada umumnya dilakukan berdasarkan sifat transaksinya (Perdana, Mahir:2015), yaitu:

Tabel 1. Penggolongan E-Commerce

Kategori	Business	Consumer	Government
Business	B2B	B2C	B2G
Consumer	C2B	C2C	C2G
Government	G2B	G2C	G2G

Business to Business (B2B) Merupakan sebuah transaksi dimana perusahaan atau pebisnis menawarkan untuk menjual atau membeli produk dan jasanya kepada entitas perusahaan atau pebisnis yang lainnya. *Business to Consumer* (B2C) Merupakan sebuah transaksi dimana perusahaan atau pebisnis menawarkan untuk menjual atau membeli produk dan jasanya kepada customer. *Business to Government* (B2G) Merupakan sebuah transaksi dimana perusahaan atau pebisnis menawarkan untuk menjual atau membeli produk dan jasanya kepada pemerintah. *Consumer to Business* (C2B) Merupakan sebuah transaksi dimana customer yang menawarkan untuk menjual atau membeli produk dan jasanya kepada perusahaan atau pebisnis. *Consumer to Consumer* (C2C) Merupakan sebuah transaksi dimana customer menawarkan untuk menjual produk dan jasanya secara langsung kepada customer lainnya. *Consumer to Government* (C2G) Merupakan sebuah transaksi dimana customer menawarkan untuk menjual atau membeli produk dan jasanya kepada pemerintah. *Government to Business* (G2B) Merupakan sebuah transaksi dimana pemerintah menawarkan untuk menjual

atau membeli produk dan jasanya kepada perusahaan atau pebisnis. *Government to Consumer* (G2C) Merupakan sebuah transaksi dimana pemerintah menawarkan untuk menjual atau membeli produk dan jasanya kepada customer. *Government to Government* (G2G) Merupakan sebuah transaksi dimana pemerintah menawarkan untuk menjual atau membeli produk dan jasanya kepada entitas pemerintah yang lainnya.

Sebagian besar dari peserta sangat tertarik mengajukan pertanyaan seputar kesulitan dalam kemampuan peserta untuk melahirkan sesuatu yang baru dalam menjalankan usahanya saat ini. Baik berupa gagasan, maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Selanjutnya, penyelenggaraan penyuluhan tentang pelatihan E-Commerce untuk meningkatkan pendapatan melalui daring bagi pemuda Rumbai dan UMKM muda, dievaluasi oleh peserta atas kinerja prosesi pelaksanaan penyuluhan ini. Hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner ke peserta kegiatan sebanyak 46 orang, sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan bahwa terlihat sebenarnya peserta sudah pernah melakukan pelatihan e-commerce dalam meningkatkan pendapatan. Akan tetapi kemampuan teknis seperti mengembangkan eksperimen-eksperimen kecil untuk mengembangkan produk baru oleh para peserta PKM memang belum berpengalaman. Setelah mendapat penyuluhan terlihat pengetahuan para peserta meningkat. Dari tabel diatas terlihat bahwa peserta belum mengetahui bagaimana menggunakan memanfaatkan jejaring media social untuk mempromosikan memasarkan hasil usaha mereka. Secara keseluruhan pelaksanaan PKM cukup berhasil karena peserta mampu menguasai materi, baik dari pengalaman, pengamatan, keingintahuan, percaya diri dan berani mengambil risiko lebih dari 70% sesuai yang ditargetkan. Dengan diadakan sosialisasi dan penyuluhan tentang pelatihan e-commerce dalam meningkatkan pendapatan memperoleh hasil dan manfaat, terutama bagi pemuda Rumbai dan UMKM

muda. Tim mampu memberikan pengetahuan baru untuk pelaku usaha sektor UMKM. Terjalin kerjasama antara pihak Wirausaha Pemuda Rumbai dan dosen pelaksana program pengabdian kepada masyarakat khususnya dan Universitas Lancang Kuning pada umumnya. Dosen mampu melaksanakan tri dharma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat dengan terlaksananya kegiatan ini.

SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut : Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan terhadap mitra Pemuda Rumbai dan UMKM muda sangat membantu terutama dalam kegiatan pemasaran; Dengan adanya bantuan pelatihan dan aplikasi e-commerce dapat meningkatkan motivasi bagi mitra untuk melaksanakan pemasaran terhadap produknya; Minimnya pengetahuan mitra tentang manajemen pemasaran, MSDM, Sistem Informasi Manajemen, e-commerce, keuangan sederhana serta desain kemasan, sehingga dengan adanya pembinaan dan pelatihan di bidang-bidang tersebut membuat anggota mitra menjadi mengetahui tentang permasalahan dibidang tersebut; Perlu adanya perhatian dari pemerinah untuk pengembangan usaha dan perlindungan terhadap usaha kecil dan menengah; Jenis layanan e-commerce yang dimaksud dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini termasuk dalam kategori *Business to Consumer* (B2C), dikarenakan aktivitasnya untuk menjual produknya kepada customer secara online dengan media internet.

DAFTAR RUJUKAN

- Febriyanti ,Darnis dan Rezanía, A. A. (2019). Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (e-Commerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado. *Hasil Inovasi Pengabdian Masyarakat (SINDIMAS)*.
- Hutahaean, J., & , Neni Mulyani, Z. A. (2020). Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Kokedama (Pelatihan Daring) Bagi Kumpulan Marga Rajagukguk Se-Kisaran Kabupaten Asahan. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT, Vol.1 No.2(2723–4118)*, 41–45.
- Kosasi, S. (2016). PERANCANGAN BISNIS TOKO ONLINE UNTUK MEMPERLUAS PANGSA PASAR AKSESORIS PRODUK ROHANI. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia, 2302–3805*, 6–7.
- Kristiyanti, M. (2012). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*, 63–89.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15e New jersey: Person Prentice Hall, Inc.
- Perdana, Mahir. (2015). Klasifikasi JenisJenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Neo-bis*. Vol. 9. No.2. Desember 2015