

Sosialisasi dan Pelatihan Membuat Toko Online Di Tokopedia Kepada Warga Blok Bambu Kampung Gondrong

Muhammad Burhan¹, Formulawan A. P. R.², Helmy Agus Pradita³, Khairani Fadhilla⁴, Meitasya Putri Kinanti⁵, Ziki Sudesi⁶, Ahmad Satibi⁷, M. Nurul Huda⁸, Ahmad Saepudin⁹, Kamaludin¹⁰

¹⁻¹⁰Universitas Pamulang; Jl. Raya Puspitek No. 46 buaran, serpong, Kota Tangerang Selatan. Provinsi Banten 15310. (021) 741-2566 atau 7470 9855

¹⁻¹⁰Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

e-mail: ¹muhammadburhan160@gmail.com, ²awannhe@gmail.com,
³helmy.vestoria@gmail.com, ⁴fadhilakhirani75@gmail.com, ⁵meitasyaputriiii@gmail.com,
⁶zikisude@gmail.com, ⁷blognyasatibi@gmail.com, ⁸muhammadhuda694@gmail.com,
⁹ahmad.saepudin400707@gmail.com, ¹⁰kamalludin1896@gmail.com

Abstrak

Pengguna internet semakin meningkat setiap tahunnya. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2017, pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta orang atau 54,7 persen dari total penduduk. Para pebisnis memanfaatkan momentum ini dengan menerapkan pemasaran berbasis online. Masyarakat merespon positif dan mulai beralih ke belanja online. Banyak perusahaan yang sudah menerapkan pemasaran berbasis online yang berdampak pada penurunan omzet penjualan perusahaan lain yang belum online. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia perusahaan agar mampu menerapkan pemasaran online berbasis *marketplace*. Kegiatan utama terdiri dari pelatihan satu hari pembuatan akun *marketplace* dan pendampingan pemasaran online selama satu bulan. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini, perusahaan mitra dapat mengembangkan pemasaran online berbasis *marketplace* secara mandiri. Model pelatihan satu hari diikuti dengan pendampingan online selama satu bulan dapat dijadikan referensi untuk kegiatan serupa.

Kata kunci: Pelatihan, Pemasaran Online, Marketplace, Layanan Publik.

I. PENDAHULUAN

Pengetahuan akan teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan yang wajib dipenuhi seseorang. Hal tersebut dikarenakan hampir sebagian besar kegiatan sehari-hari seseorang melibatkan bantuan teknologi informasi baik kegiatan belajar mengajar, bekerja di instansi maupun berwirausaha. Selain itu juga pengetahuan akan teknologi informasi merupakan modal utama seseorang untuk dapat bersaing di era globalisasi dan kemajuan zaman yang akan datang. Program aplikasi komputer merupakan salah satu dari banyak teknologi yang banyak di terapkan dalam dunia kerja dan wirausaha. Hal ini dikarenakan program aplikasi komputer dapat digunakan untuk memper-mudah dan mengurangi

tingkat kesalahan dalam bekerja maupun berwirausaha. Adapun contoh program komputer yang sering digunakan yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Dll.

Perilaku berbelanja *online* sudah menjadi kebiasaan banyak orang, terutama di tengah kondisi pandemi seperti saat ini. Apalagi Indonesia merupakan pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Menurut data Wearesocial dan Hootsuite, sekitar 90% pengguna internet di Indonesia pernah berbelanja online.

Pada tahun 2019, nilai kapitalisasi pasar *e-commerce* di indonesia mencapai USD 21 miliar atau sekitar Rp 294 triliun. Berdasarkan laporan McKinsey, industri *e-commerce* di indonesia diprediksi akan mencapai nilai USD 40 miliar pada tahun 2022. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia.

Salah satu faktor terbesarnya adalah pertumbuhan kelas menengah di Indonesia yang cukup pesat, yakni sebesar 21% dari total populasi atau sebanyak 57,3 juta orang pada tahun 2019. Hal ini juga terlihat dengan meningkatnya jumlah pengeluaran masyarakat untuk belanja barang konsumen secara online sebesar 23% pada tahun 2018 dibanding dengan tahun 2017. Selain dari meningkatnya kelas menengah, faktor lain yang juga mendukung perkembangan *e-commerce* adalah tingkat penetrasi internet dan pengguna perangkat *mobile* yang terus meningkat, memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses berbagai platform belanja online, mulai dari *website* toko online, aplikasi *marketplace*, media sosial, dan banyak lagi.

Apabila dilihat dari platform penjualannya, 5 *marketplace* terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah pengunjung bulannya di kuartal kedua tahun 2020 adalah Shopee (93,4 juta), Tokopedia (86,1 juta), Bukalapak (35,2 juta), Lazada (22 juta), dan Blibli (18,3 juta). Namun, tiap *marketplace* ini sebenarnya juga memiliki pasarnya sendiri. Shopee misalnya, dikenal sebagai *marketplace* untuk produk fashion dan kecantikan. Maka itu, sebagai pebisnis kamu bisa melakukan riset terlebih dahulu mengenai *platform marketplace* mana yang tepat untuk model bisnis dan produk yang kamu jual.

Tokopedia merupakan salah satu pusat perbelanjaan daring di Indonesia yang mengusung model bisnis *marketplace*. Tokopedia memungkinkan setiap individu, toko kecil, dan brand untuk membuka dan mengelola toko daring. Sejak diluncurkan hingga akhir 2015, layanan dasar Tokopedia dapat digunakan oleh semua orang secara gratis. Dengan visi "Membangun Indonesia yang Lebih Baik Lewat Internet", Tokopedia memiliki program untuk mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara daring.

Di tahun 2019 tercatat pencapaian tokopedia naik hingga 70%, dimana mencatat lebih dari 2,7 juta penjualan (*merchant*). Itu merupakan satu pencapaian luar biasa yang didapatkan tokopedia selama merintis bisnis *e-commerce*. Ini merupakan pencapaian terbaik dari tokopedia dalam waktu 12 tahun terakhir. Setelah melewati tahn panjangnya, tokopedia terus membuat banyak perubahan, inovasi, dan motivasi baru. Banyak hal baru yang terlihat dari tampilan tokopedia dan telah memperbaiki beberapa bug eror serta layanan customer care dari tokopedia juga semakin di tingkatkan.

Jenis-jenis E- Commerce:

E-Commerce dibagi menjadi 4 jenis yang 1. *Business to- Business* (B2B) di dewasa kini jenis *E-Commerce* B2B yang paling sering di terapkan. *E-Commerce* jenis

B2B terdiri dari transaksi antar organisasi yang menggunakan *electronic market*, 2. *Business to Consumer* (B2C), transaksi eceran yang dilakukan dengan pembeli perorangan, 3. *Consumer to Consumer* (C2C) merupakan transaksi penjualan yang dilakukan secara langsung ke konsumen lainnya. 4. *Consumer to Business* (C2B) transaksi yang dilakukan oleh perseorangan yang menjual produk-produk atau layanan organisasi dan perseorangan tersebut menyepakati adanya transaksi.

II. METODE PELAKSANAAN

Tahap awal pelaksanaan program kerja ini adalah dengan melakukan identifikasi masalah dan kendala dalam menurunnya perekonomian masyarakat akibat pandemi covid. Kendala tersebut kemudian diselesaikan secara berkelanjutan. Metode pelaksanaan program kerja ini adalah metode edukasi kepada masyarakat. Edukasi ini diwujudkan dalam bentuk pelatihan *e-commerce* yang bertujuan untuk memberikan informasi bisnis online untuk memperbaiki perekonomian masyarakat. Setelah melakukan identifikasi masalah, kami melakukan analisis kebutuhan untuk pelaksanaan pelatihan *e-commerce* yang berupa materi. Selanjutnya, dilaksanakan pelatihan *e-commerce* sebagai solusi penyelesaian masalah dengan pemberian edukasi tips dan trik serta mudahnya berbisnis online. Kegiatan Perencanaan dilaksanakan bertujuan untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tujuan diadakannya perencanaan tersebut untuk mengoptimalkan masyarakat dalam penggunaan digital teknologi informasi dari perangkat *mobile* yang dimiliki agar dapat mengoptimalkan usaha yang dilakukan. Dengan memanfaatkan digital teknologi informasi diharapkan agar kegiatan usaha yang dilakukan dapat meningkatkan keuntungan, pangsa pasar yang semakin luas, volume penjualan meningkat dan biaya pemasaran yang dapat diminimalkan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan *e-commerce* merupakan salah satu program kerja dalam bidang ekonomi sebagai upaya memberikan ide, membangun dan mengembangkan perekonomian masyarakat pada masa pandemi covid terutama ibu-ibu dan remaja. Pelatihan ini mengenalkan peluang usaha yang dapat dilakukan dengan mudah dengan memanfaatkan teknologi. Bisnis online merupakan solusi yang tepat bagi pemula yang ingin membangun usaha, juga sebagai pendukung untuk

mengembangkan usaha yang sudah dirintis. Bisnis online adalah jawaban yang tepat untuk memulihkan perekonomian masyarakat yang terdampak oleh pandemi covid ini. Pelaksanaan pelatihan e-commerce dilakukan dengan metode, yaitu secara tatap muka langsung. Pelaksanaan secara tatap muka langsung dilakukan dengan penjelasan materi dan tanya jawab dengan mengenai *e-commerce*. yang dihadiri oleh perwakilan ibu-ibu dan remaja dengan menerapkan protokol kesehatan. Para peserta pelatihan menggunakan masker, saling jaga jarak, tidak melakukan kontak fisik, serta mencuci tangan sebelum dan sesudah kegiatan. Materi pelatihan e-commerce mencakup teori umum, persiapan, dan contoh berjualan online. Teori merupakan penjelasan umum seperti pengertian atau konsep, perkembangan, mekanisme, macam-macam *e-commerce*, serta kekurangan dan kelebihan. Materi persiapan berisi segala hal yang dibutuhkan sebelum memulai bisnis seperti penentuan produk, cara pengemasan, pemasaran, dan promosi hingga tantangan berjualan online.



Gambar 3. 1 Penyampaian Materi

Pelatihan ini menjelaskan contoh berjualan online melalui marketplace yang banyak diminati yaitu shopee. Masyarakat sangat tertarik dan antusias dengan adanya pelatihan e-commerce. Masyarakat memperhatikan dengan fokus ketika diberikan penjelasan mengenai pelatihan e-commerce. Masyarakat juga aktif bertanya mengenai hal yang belum dipahami atau ingin lebih diketahui terkait e-commerce. Selain itu, pada angket respon masyarakat menunjukkan hasil setuju bahwa pelatihan ini sangat menarik dan bermanfaat. Peserta pelatihan yang terdiri dari ibu-ibu dan remaja lebih tertarik kepada produk fashion seperti tas, sepatu, make up, dan aksesoris yang lain. Produk produk seperti ini banyak diminati karena seiring berubahnya zaman, trend dan model juga selalu berganti dan juga diperbaharui. Bahkan, tahun 2020 ini trend kembali ke kiblat fashion tahun 90-an. Tidak menutup kemungkinan juga tahun selanjutnya juga akan berubah

lagi sesuai minat para penikmat fashion. Indikator keberhasilan pelaksanaan program kerja pelatihan e-commerce ini tercapai semua dengan baik. Peserta sangat tertarik dan antusias dalam mengikuti pelatihan ini. Peserta memahami materi yang disampaikan dengan jelas dan menggunakan media yang menarik. Materi yang disajikan dalam materi dalam bentuk power point (PPT) yang dipaparkan dengan jelas pada pelatihan secara langsung. Peserta juga memiliki minat besar untuk berjualan online setelah pelatihan ini. Evaluasi dari pelatihan e-commerce ini adalah:

- 1) Kurangnya pengetahuan masyarakat secara umum mengenai bisnis online, jadi saat akan dilaksanakan kegiatan hanya beberapa yang tertarik dan mau mengikuti pelatihan ini.
- 2) Peserta pelatihan belum mempraktekkan secara langsung untuk berjualan online.

Beberapa evaluasi tersebut mungkin dapat diperbaiki dengan membuat media informasi yang lebih menarik, pemberian sosialisasi pengoperasian sosial media dan marketplace kepada masyarakat, dan praktek berjualan online secara langsung.

Simpulan Pelatihan ini mengenalkan peluang usaha yang dapat dilakukan dengan mudah dengan memanfaatkan teknologi. Bisnis online adalah jawaban yang tepat untuk memulihkan perekonomian masyarakat yang terdampak oleh pandemi covid ini. Pelaksanaan pelatihan *e-commerce* dilakukan dengan metode, yaitu tatap muka langsung. Materi pelatihan *e-commerce* mencakup teori umum, persiapan, dan contoh berjualan online pada marketplace. Masyarakat tertarik dan antusias dengan pelatihan ini, dibuktikan dengan aktif bertanya mengenai hal yang belum dipahami atau ingin lebih diketahui terkait *e-commerce*. Selain itu, pada angket respon masyarakat menunjukkan hasil setuju bahwa pelatihan ini sangat menarik dan bermanfaat. Indikator keberhasilan pelaksanaan program kerja pelatihan e-commerce ini tercapai semua dengan baik.



Gambar 3. 2 Foto Bersama dengan Peserta PKM

IV. SIMPULAN

Pelatihan ini mengenalkan peluang usaha yang dapat dilakukan dengan mudah dengan memanfaatkan teknologi. Bisnis online adalah jawaban yang tepat untuk memulihkan perekonomian masyarakat yang terdampak oleh pandemi covid ini. Pelaksanaan pelatihan *e-commerce* dilakukan dengan metode, yaitu secara tatap muka langsung. Materi pelatihan *e-commerce* mencakup teori umum, persiapan, dan contoh berjualan online pada marketplace. Masyarakat tertarik dan antusias dengan pelatihan ini, dibuktikan dengan aktif bertanya mengenai hal yang belum dipahami atau ingin lebih diketahui terkait *e-commerce*. Selain itu, pada angket respon masyarakat menunjukkan hasil setuju bahwa pelatihan ini sangat menarik dan bermanfaat. Indikator keberhasilan pelaksanaan program kerja pelatihan *e-commerce* ini tercapai semua dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R. S. (2019). Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 36-43.
- Fata Nidaul Khasanah, d. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan E-commerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat (JSTPM)*, 51-62.
- Husin, D. W. (2019). Promosi Produk Menggunakan Media Sosial Online Pada Para Pedagang Kecil Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Vokasi*, 45-50.
- Ikmah, & W. (2018). Penerapan Ecommerce Untuk Pemasaran Pada Usaha Handycraft. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 168-174.
- Lukmanul, H. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 85-91.