



Pengenalan Dan Pemanfaatan E-Commerce Untuk Menciptakan Produktivitas Di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Pada Masyarakat

Fauziah Al Zaytun¹, Sahdina Malau², Lena Arlin Telaumbanua³, Kevin Bima⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pamulang

fauziahalzaytun@gmail.com

ABSTRACT

E-commerce is the process of buying and selling services and goods electronically with computerized business transactions using the internet, networks, and other digital technologies. The existence of this technological advancement in the form of e-commerce makes people interested in buying and selling goods without using a lot of time and effort, as well as the ease of obtaining goods and prices that are quite competitive and of good quality. And due to the impact of the COVID-19 pandemic, the economy in Bojongsari declined. This activity also encourages so that business actors can make progress in their business. The program was held on October 23, 2021, through the PKK Pondok Petir, Bojongsari, Depok with about 15 persons present in the activity. The method is to do the hiring counseling of e-commerce. The results of this dedication indicate that participants were enthusiastic about participating in this activity to gain new knowledge. For this dedicated activity it is expected for the citizen and through the PKK to apply e-commerce directly to her business activities and create new productivity.

Keywords: *E-commerce, Dedication, PKK*

ABTRAK

E-commerce merupakan proses pembelian dan penjualan jasa dan barang – barang secara elektronik dengan transaksi bisnis yang terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lain. Dan akibat adanya dampak dari pandemi covid-19, membuat perekonomian yang ada di Bojongsari menurun. Kegiatan ini juga memberikan dorongan agar para pelaku usaha dapat memiliki kemajuan dalam usahanya. Program pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 23 Oktober 2021 dengan sasaran yaitu ibu – ibu PKK Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Depok dengan kurang lebih 15 orang yang hadir dalam kegiatan tersebut. Metode yang dilakukan yaitu dengan melakukan penyuluhan sosialisasi tentang e-commerce. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini agar mendapatkan ilmu pengetahuan baru. Untuk kegiatan pengabdian ini diharapkan bagi masyarakat dan ibu – ibu PKK dapat mengaplikasikan e-commerce langsung dalam kegiatan usahanya dan menciptakan produktivitas baru.

Kata kunci: E-commerce, Pengabdian, PKK

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dunia membuat teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat. Sehingga membuat berbagai macam segala bentuk internet menjadikan sangat berguna bagi beberapa orang dari segi pangan, sandang, dan papan. Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah masyarakat cukup banyak dari negara yang ada di dunia. Dengan memiliki rakyat yang cukup banyak, membuat pengguna internet di Indonesia yang aktif dan terhubung dari segala penjuru di dunia. Dari banyaknya masyarakat Indonesia yang aktif dalam berinternet, membuat mereka juga aktif dalam melakukan penggunaan e-commerce. Menurut Laporan Statista mengenai data pengguna e-commerce yang ada di Indonesia, bahwa pengguna e-commerce di Indonesia diprediksi meningkat hingga 189,6 juta pengguna pada 2024. Sejak 2017 sudah ada 70,8 juta pengguna e-commerce dan jumlahnya meningkat setiap tahun. Pada 2018, mencapai 87,5 juta pengguna e-commerce di Indonesia. Sementara pada tahun 2020, mencapai 129,9 juta pengguna e-commerce. Kemudian pada tahun 2021, diprediksi mencapai 148,9 juta pengguna, sedangkan pada tahun 2022 mencapai 166,1 juta jiwa pengguna dan 2023 mencapai 180,6 juta jiwa pengguna e-commerce. E-commerce merupakan proses pembelian dan penjualan jasa dan barang – barang secara elektronik dengan transaksi bisnis yang terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lain.(Laudon & Laudon, 2005). Adanya kemajuan teknologi ini berupa e-commerce membuat masyarakat tertarik akan kegiatan transaksi jual-beli barang tanpa menggunakan banyak waktu dan tenaga, serta kemudahan dalam memperoleh barang dan harga yang cukup bersaing dan kualitas yang bagus.

Kecamatan Bojongsari merupakan kecamatan yang ada di Kota Depok yang terletak disebelah barat dengan batas perbatasan wilayah sebelah utara yaitu Kota Tangerang Selatan, sebelah selatan dan barat berbatasan dengan Kabupaten Bogor, dan sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Sawangan. Luas wilayah kecamatan Bojongsari sekitar 1.827 Ha. Dengan ketinggian wilayah dari permukaan laut berkisar 50 s.d 60 m, dengan permukaan tanah yang relatif datar dan tidak berbukit-bukit. (Pemkot Depok, 2018).Kecamatan Bojongsari memiliki penduduk pada tahun 2018 kurang lebih 133 682 jiwa dengan komposisi laki – laki dan perempuan yaitu 67 822 dan 65 860. Sebagian besar penduduk berada pada usia produktif (20 – 45) dengan pendidikan Sebagian besar hanya sampai SMP saja. Melihat kondisi geografi dan dari aspek ekonomi

Kecamatan Bojongsari mempunyai potensi untuk berkembang dalam membangun ekonomi sehingga dengan adanya pengetahuan dari e-commerce dapat membuat masyarakat bojongsari menjadi lebih sejahtera.

Dengan memberikan pengetahuan e-commerce kepada masyarakat bojongsari dapat memperluas pasar perdagangan yang dapat dilibatkan oleh para pelaku usaha bojongsari. Karena dengan adanya e-commerce ini pelaku usaha dapat mengakses marketplace e-commerce dengan gratis dan 24 jam tanpa harus banyak membuang waktu dan tenaga. Melansir dari situs goukm.id, keterlibatan pelaku usaha kecil dalam pasar online dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Oleh karena itu, Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Pamulang melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok terhadap masyarakat dan ibu – ibu PKK yang berfokus pada pengenalan dan pemanfaatan dalam e-commerce. Diharapkan agar dengan pemberian materi melalui Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat ini dapat membuat cakrawala baru kepada para ibu – ibu PKK di Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari akan pentingnya mengetahui adanya e-commerce bagi masa depan mereka. Dapat diharapkan setelah mengikuti penyuluhan ini, akan banyak ibu-ibu PKK dan masyarakat yang menggunakan e-commerce dan dapat meneruskan pengetahuan yang mereka dapatkan ke anggota PKK yang lainnya. Sesuai dengan penelitian Budi Setiawan tentang Edukasi dan sosialisasi pasar modal bagi pengurus PKK Kecamatan Sako Palembang yang menghasilkan perlu dilakukannya edukasi dan sosialisasi untuk meningkatkan literasi dan inklusi pasar modal pada masyarakat.(Setiawan, 2018).

METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat ini mengambil objek ibu – ibu PKK Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok. Sebagian besar masyarakat kecamatan Bojongsari adalah bermata pencaharian sebagai petani, pedagang, dan juga pegawai.

PKM ini terlaksana pada tanggal 23 Oktober 2021 dan berfokus kepada ruang lingkup meningkatkan pengetahuan tentang dasar – dasar e-commerce serta bagaimana cara pemanfaatan dan penggunaannya dalam kegiatan bisnis kepada pengurus dan anggota PKK Kecamatan Bojongsari. Adapun kegiatannya adalah dengan memberikan penyuluhan

tentang dasar – dasar e-commerce serta pemanfaatan e-commerce bagi ibu – ibu PKK Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari.

Untuk melaksanakan PKM ini, terdapat dua tahapan yang dilaksanakan yaitu Tahap Persiapan dan Tahap Pelaksanaan. Adapun Tahap Persiapan yang dilakukan meliputi survei awal yakni melakukan survei ke Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok yang disambung dengan penetapan lokasi pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan. Setelah lokasi dan sasaran ditetapkan, tahap selanjutnya ialah penyusunan bahan dan materi penyuluhan yang meliputi slide dan makalah untuk peserta kegiatan.

Tahap Pelaksanaan yaitu melakukan penyuluhan dan sosialisasi Pengenalan Dasar – Dasar E-commerce serta Pemanfaatannya kepada ibu – ibu PKK Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok dilaksanakan melalui metode penyuluhan dan sosialisasi dengan memberikan penjelasan bagaimana cara – cara membuat akun penjualan pada beberapa e-commerce yang ada di Indonesia, metode penyuluhan dan sosialisasi ini dilanjutkan dengan metode tanya jawab antara peserta penyuluhan dengan pemateri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tanggal 23 Oktober 2021, PKM dapat berlangsung dengan lancar di Rumah Ibu Nuraini selaku ketua ibu – ibu PKK RT 002/018 Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok. Tujuan dari Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat ini memberikan penyuluhan dan sosialisasi kepada ibu – ibu PKK tentang dasar – dasar e-commerce, jenis – jenis e-commerce dan bagaimana cara untuk pemanfaatannya dalam mengaplikasikan suatu pemakaian e-commerce yang ada untuk digunakan dalam kegiatan transaksi jual – beli barang.

Kegiatan PKM ini diikuti kurang lebih dari 15 orang peserta yang terdiri ibu – ibu PKK, Masyarakat sekitar, Dosen Pembimbing Unpam dan Panitia PKM yang merupakan mahasiswa – mahasiswa dari Prodi S1 Akuntansi Universitas Pamulang.

Peserta penyuluhan dan sosialisasi ini dapat mengikuti pemaparan dari pemateri dengan baik dan terlihat antusias pada saat sesi tanya jawab. Dengan banyaknya peserta yang memanfaatkan momen untuk bertanya, seperti diantaranya bagaimana bisa menjalankan e-commerce agar cepat dilihat banyak oleh konsumen.



Gambar 1. Pemaparan Materi

Dengan adanya kondisi geografis Kelurahan Pondok Petir yang berdekatan dengan jalan raya dan perumahan menengah atas. Membuat masyarakat sekitar sadar akan pentingnya bagaimana untuk berdagang secara benar agar dapat memperbaiki ekonomi yang sedang dilanda covid-19 ini.

Pada PKM ini pemateri memberikan tips dasar kepada peserta penyuluhan dan sosialisasi untuk dapat memanfaatkan e-commerce dengan baik agar dapat memperoleh keuntungan dalam berdagang sebagai berikut:

1. Mengetahui terlebih dahulu produk apa yang ingin dijual. Contohnya jika dari salah satu ibu – ibu PKK yang ingin berjualan baju, maka kita dapat mengetahui berapa banyak modal yang akan dikeluarkan, setelah itu di jual melalui salah satu marketplace e-commer seperti shopee dengan memperhitungkan biaya admin dan biaya ongkir, agar tidak terjadi kerugian saat bertransaksi baik menjual maupun membeli barang di marketplace e-commerce tersebut.
2. Saat melakukan penjualan lebih baik membuat pemasaran yang menarik. Pemasaran diperlukan agar penjualan dapat dilihat oleh banyak konsumen dalam marketplace e-commerce tersebut, contoh pemasaran yang dapat membuat konsumen tertarik yaitu seperti memberikan kupon gratis ongkir, flash sale, dan

mengiklankan pada sosial media seperti Facebook atau Instagram. Dengan adanya pemasaran ini jangan lupa bahwa diperlukan adanya untuk membuat packingan dalam menjual produk lebih rapih dengan bubble wrap dan ucapan terima kasih kepada pembeli agar pembeli dapat memberikan rating di dalam marketplace e-commerce tersebut dengan baik.

3. Menyediakan forum diskusi untuk masukan dari para pelanggan. Hal ini berguna untuk mengevaluasi dalam peningkatan penjualan pada marketplace e-commerce tersebut. Apakah dalam melakukan penjualan melalui marketplace e-commerce lebih menguntungkan daripada menjualkan produk di dalam toko atau ruko.
4. Tetap menjaga hubungan dengan pelanggan, walaupun pelanggan ataupun pembeli melakukan transaksi hanya satu kali dalam sebulan, karena dengan menjaga hubungan dengan antar pelanggan dan pembeli dapat membuat citra toko online yang ada di e-commerce menjadi lebih baik dan dikenal lebih banyak oleh orang lain.
5. Apabila terdapat adanya pembeli yang melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak jangan ragu untuk memberikan bonus hadiah. Hal ini membuat pembeli menjadi lebih senang terhadap perilaku toko yang menjual produk tersebut karena akibat adanya bonus hadiah juga membuat pembeli semakin tertarik kembali untuk melakukan transaksi pada toko.

Untuk memanfaatkan e-commerce yang tersedia dibutuhkan beberapa komponen, yaitu produk, tempat menjual produk, cara menerima pesanan, cara pembayaran, metode pengiriman, dan customer service. Keunggulan memanfaatkan marketplace yang tersedia adalah komponen-komponen tersebut merupakan fasilitas dari marketplace, pelaku usaha hanya membutuhkan produk yang akan dijual. Dalam hal ini merupakan foto dari produk tersebut. Selain foto, pelaku usaha juga memerlukan aktivitas tambahan yaitu mengirimkan produk ke alamat pembeli.

Foto dari produk dapat dilakukan menggunakan semua jenis kamera, baik kamera profesional, maupun kamera dari smartphone. Hal tersebut tidak menjadi masalah yang besar selama foto produk jelas. Komponen lain seperti tempat menjual produk, cara menerima pesanan, cara pembayaran, metode pengiriman, dan customer service merupakan fasilitas yang disediakan oleh marketplace yang tersedia. Sehingga dapat lebih memudahkan pelaku usaha kecil untuk memanfaatkannya. (Hidayat, 2008).



Gambar 2. Sesi Foto Bersama



Gambar 3. Pemberian Doorprize Kepada Salah Satu Peserta

KESIMPULAN

Berdasarkan Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan ini berjalan dengan baik dan dapat memberikan ilmu pengetahuan baru bagi peserta serta menambah pengalaman bagi tim PKM. Untuk selanjutnya, melalui PKM ini, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kemampuan dari pelaku usaha atau ibu ibu PKK Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Depok akan pentingnya mengetahui bagaimana memanfaatkan e-commerce dalam dunia usaha bisnis agar dapat memulihkan kembali kondisi ekonomi yang terdampak covid-19. Kami menyarankan untuk PKM selanjutnya, pengenalan dasar e-commerce dan pemanfaatannya ini tidak hanya diketahui oleh ibu – ibu PKK saja melainkan juga masyarakat sekitar dapat mengetahuinya, sehingga perekonomian di daerah Kelurahan Pondok Petir dan Kecamatan Bojongsari dapat lebih membaik kembali akibat dampaknya covid-19 dan dapat beradaptasi dengan kebiasaan baru (New Normal).

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, A. (2018). Kajian Kendala Implementasi E-Commerce Di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(2), 127–136.
- Haris, A., Ningrum, R. F., Siswipraptini, P. C., Djunaidi, K., Abdurrasyid, A., & Siregar, R. R. (2018). Pelatihan Internet dan Pengenalan E-Commerce Bagi Masyarakat Desa Ciaruteun Ilir Bogor. *TERANG*, 1(1), 11–20.
- Hidayat, T. (2008). *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*. MediaKita.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis-ISSN*, 2085(1375), 161–171.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2005). *Essentials of Business Informations Systems*. Pearson education.
- Luthfihadi, M., & Dhewanto, W. (2013). Technology Acceptance of E-commerce in Indonesia. *International Journal of Engineering Innovation and Management*, 3(1), 9–18.
- Pemkot Depok. (2018). *Pemerintah Kota Depok Kecamatan Bojongsari*. <https://bojongsari.depok.go.id/profil/geografis>

- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., Jamaludin, J., Harmayani, H., Putra, S. H., & Irdawati, I. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Setiawan, B. (2018). Edukasi literasi keuangan pasar modal pengurus PKK Kecamatan Sako Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(1).
- Suryana, T. (2021). *Pengenalan E-commerce*.
- Wahyuni, N., & Gunawan, A. (2018). PENGENALAN DAN PEMANFAATAN MARKETPLACE E-COMMERCE UNTUK PELAKU UKM WILAYAH CILEGON. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 5(1).
- Zenabia, T., Finatariyani, E., Setianingsih, S., Anisa, A., & Abdurachman, T. A. (2021). Pengelolaan Keuangan Keluarga Dan Pengenalan Dasar-Dasar Investasi Menuju Keluarga Mandiri Bagi Ibu-Ibu Majelis Taklim Al Auladiyah Di Kelurahan Bakti Jaya Kecamatan Setu Tangerang Selatan. *Abdimisi*, 2(1), 39–44.