

Pelatihan Pemasaran Melalui E-Commerce Wirausaha Kelompok Wanita Tani (KWT) 25 Puri Pamulang

Uswatun Chasanah¹, Dyah Puspita Sunaryo Putri², Misbah Priagung Nursalim³

Universitas Pamulang

Email : uswatunc@unpam.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara orang berbisnis. E-commerce, sebagai salah satu bentuk perdagangan berbasis digital, telah memberikan peluang bagi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Melalui program pengabdian masyarakat ini, diharapkan para pelaku UKM dapat lebih memahami pentingnya pemasaran e-commerce dan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan platform digital guna meningkatkan penjualan produknya. Dengan adanya pelatihan ini, UMKM diharapkan mampu bersaing di era digital dan memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Pelaksanaan PkM ini bertempat di Kelompok Wanita Tani (KWT) 25 Puri Pamulang, Kelurahan Pamulang Barat, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan pada tanggal 9-11 Desember 2024.

Kata Kunci : UKM, e-commerce, daya saing

ABSTRACT

The growth of information and communication technology has changed the way people do business. E-commerce, as a form of digital-based trade, has provided opportunities for small and medium-sized enterprises (SMEs) to expand their market reach and improve competitiveness. Through this community service program, it is hoped that SMEs can better understand the importance of e-commerce marketing and have the necessary skills to utilize digital platforms to increase sales of their products. With this training, MSMEs are expected to be able to compete in the digital era and utilize e-commerce platforms to expand market reach. The implementation of this PkM was at the Women Farmers Group (KWT) 25 Puri Pamulang, Pamulang Barat village, Pamulang sub-district, South Tangerang City on December 9-11, 2024.

Keyword : SMEs, e-commerce, competitiveness

PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi digital telah menjadialah satu fokus utama dalam strategi pembangunan ekonomi nasional. Dalam era industri 4.0, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memainkan peran yang sangat strategis dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis. Salah satu aspek yang sangat penting dalam pengembangan ekonomi digital adalah pemasaran e-commerce. Pemasaran e-commerce telah menjadi salah satu cara yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan keterlibatan pasar global. Banyak usaha kecil dan mikro (UMKM) yang masih belum memahami cara efektif untuk memasarkan produk mereka secara online. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform e-commerce, serta strategi pemasaran yang tepat. Di Indonesia, UMKM memiliki

peran yang sangat strategis dalam perekonomian nasional. Mereka dapat menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mensejahterakan rakyat. Namun, UMKM sering menghadapi permasalahan terkait kemampuan manajemen yang kurang profesional, sehingga mereka perlu dilatih dan didukung untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran digital. Pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pelatihan Pemasaran E-Commerce" bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada UMKM tentang cara efektif memasarkan produk mereka secara online. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan dan pengetahuan UMKM dalam menggunakan platform e-commerce, serta memberikan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan.

Di era digital ini, perkembangan teknologi telah mengubah cara berbisnis. E-commerce atau perdagangan elektronik menjadi salah satu alternatif utama untuk meningkatkan penjualan, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki pengetahuan atau kemampuan yang memadai dalam memanfaatkan e-commerce untuk memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran e-commerce sangat penting untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. E-commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, terutama dalam era digital saat ini. Namun, masih banyak usaha kecil dan mikro yang belum memahami efektif cara pemasaran online. Tujuan dari proposal ini adalah untuk memberikan pelatihan pemasaran e-commerce kepada usaha kecil dan mikro, sehingga mereka dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keterampilan dalam pemasaran digital.

Solusi Permasalahan

Pendidikan dan Pelatihan yang Komprehensif

Penyelenggaraan Program Pelatihan, Salah satu solusi utama adalah menyelenggarakan program pelatihan yang komprehensif bagi pelaku UMKM. Pelatihan ini harus mencakup berbagai aspek penting dari pemasaran e-commerce, seperti:

- a. Dasar-dasar E-Commerce: Memberikan pemahaman tentang konsep dasar e-commerce, termasuk jenis-jenis platform yang tersedia dan cara kerjanya.
- b. Strategi Pemasaran Digital: Mengajarkan strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, SEO (Search Engine Optimization), dan iklan berbayar.
- c. Pengelolaan Toko Online: Memberikan keterampilan praktis dalam membuat dan mengelola toko online, termasuk cara mengunggah produk, mengatur harga, dan melakukan promosi.

Metode Pelatihan Interaktif, Pelatihan harus dilakukan dengan metode interaktif agar peserta dapat berpartisipasi aktif. Penggunaan studi kasus dan praktik langsung akan membantu peserta memahami materi dengan lebih baik.

Misalnya, peserta dapat langsung membuat akun di platform e-commerce dan mencoba mengunggah produk mereka sendiri.

Pendampingan dan Mentoring

Program Pendampingan Pasca-Pelatihan, Setelah pelatihan selesai, penting untuk menyediakan program pendampingan bagi peserta. Pendampingan ini dapat berupa sesi konsultasi di mana peserta dapat bertanya tentang masalah yang mereka hadapi saat menerapkan ilmu yang telah dipelajari. Pendampingan ini juga bisa dilakukan secara daring melalui platform komunikasi seperti WhatsApp atau Zoom. Mentoring oleh Praktisi Berpengalaman, Menghadirkan mentor dari kalangan praktisi yang berpengalaman dalam bidang e-commerce juga sangat bermanfaat. Mentor dapat memberikan wawasan praktis dan tips berharga berdasarkan pengalaman mereka dalam menjalankan bisnisonline.

Peningkatan Akses Teknologi

Fasilitas Teknologi untuk UMKM, Salah satu kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan akses terhadap teknologi. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk meningkatkan akses teknologi bagi mereka. Ini bisa dilakukan dengan menyediakan fasilitas seperti:

- a. Laptop atau Komputer Bersama: Membuka akses kepada pelaku usaha untuk menggunakan perangkat komputer di lokasitertentu.
 - b. Koneksi Internet Gratis: Menyediakan akses internet gratis di tempat-tempat umum atau pusat pelatihan agar pelaku usaha dapat belajar dan berlatih secara mandiri.
1. Sosialisasi Hukum dan Etika Bertransaksi Online
Pendidikan tentang Aspek Hukum E- Commerce, Banyak pelaku UMKM yang tidak memahami aspek hukum dalam bertransaksi online. Untuk itu, sosialisasi mengenai hukum e-commerce sangat penting. Materi yang perlu disampaikan meliputi:
 - a. Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli: Edukasi mengenai hak-hak konsumen serta kewajiban penjual dalam transaksi online.
 - b. Etika Bertransaksi Online: Memberikan pemahaman tentang etika bertransaksi di dunia maya agar pelaku usaha dapat membangun reputasi yang baik.
 2. Pengembangan Jaringan dan Kolaborasi

Membangun Komunitas Pelaku Usaha, Membangun jaringan antar pelaku usahasangat penting untuk saling berbagipengalaman dan pengetahuan. Program pengabdian masyarakat dapat mencakup pembentukan komunitas UMKM yang fokus pada e-commerce, di mana para anggotanya dapat saling mendukung satu sama lain.

Kolaborasi dengan Pihak Ketiga, Menggandeng pihak ketiga seperti lembaga pemerintah, universitas, atau organisasi non-pemerintah (NGO) untuk mendukung program pelatihan juga sangat bermanfaat. Pihak-pihak ini dapat

memberikan sumber daya tambahan, seperti materi pelatihan atau pembicara tamu.

3. Monitoring dan Evaluasi Program Pelatihan Evaluasi Berkala terhadap Peserta

Setelah pelaksanaan program pelatihan, penting untuk melakukan evaluasi berkala terhadap peserta untuk mengetahui perkembangan mereka dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari. Evaluasi ini bisa dilakukan melalui survei atau wawancara langsung. Feedback untuk Perbaikan Program Mengumpulkan umpan balik dari peserta mengenai program pelatihan akan membantu dalam perbaikan di masa mendatang. Dengan demikian, program pelatihan dapat terus disempurnakan agar lebih sesuai dengan kebutuhan peserta.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelatihan pemasaran e-commerce merupakan langkah strategis untuk membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan di era digital saat ini. Berikut adalah metode pelaksanaan pelatihan pemasaran e-commerce yang efektif dan berkelanjutan.

1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan

Pra-Survei dan Identifikasi Permasalahan, Sebelum pelaksanaan pelatihan, penting untuk melakukan pra-survei untuk mengidentifikasi permasalahan spesifik yang dialami oleh UMKM. Hal ini meliputi kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform e-commerce, strategi pemasaran yang kurang efektif, serta keterbatasan sumber daya teknologi.

Pembentukan tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang terdiri dari ahli-ahli yang berpengalaman dalam bidang pemasaran digital dan teknologi informasi sangat penting. Tim ini harus disesuaikan dengan jenis keparakan untuk menyelesaikan permasalahan UMKM.

2. Persiapan Pelatihan

Langkah pertama dalam persiapan pelatihan adalah pembuatan proposal yang menawarkan solusi permasalahan UMKM dan menyediakan dana untuk pelaksanaan solusi tersebut. Proposal ini harus mencakup rencana pelaksanaan program secara konseptual, operasional, dan job description dari tim dan mitra. Koordinasi dengan mitra sangat penting untuk menentukan jadwal kegiatan, lokasi kegiatan, serta peserta kegiatan. Pemilik UMKM diharapkan hadir untuk mengikuti pelatihan dan berpartisipasi aktif dalam prosesnya. Persiapan alat dan bahan pelatihan meliputi pembelian dan penyewaan peralatan seperti laptop, speaker, layar proyektor, serta gadget berupa handphone beserta paket data atau jaringan internet. Semua peralatan ini berguna untuk menampilkan materi pelatihan dalam bentuk ceramah maupun praktek tutorial.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dimulai dengan sosialisasi pemasaran online beserta aspek

hukumnya. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi selama 45 menit. Materi ini mencakup pentingnya pemasaran online, strategi pemasaran digital, serta aspek hukum yang harus diperhatikan dalam bertransaksi online. Setelah sosialisasi, dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi toko online. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pelatihan dantutorial selama 60 menit. Peserta akan diajarkancara membuat akun di platform e-commerce seperti Instagram dan Shopee, serta cara mengoptimalkan akun tersebut untuk meningkatkan penjualan. Pelatihan tidak hanya berhenti pada teori. Peserta juga akan melakukan praktek langsung membuat akun di media digital dan mengelola akun tersebut dengan optimal. Tutorial yang disampaikan harus disertai dengan pengetahuan bagi UMKM tentang bagaimana mengoptimalkan semua fitur yang ada di media digital tersebut.

4. Evaluasi Program

Setelah pelaksanaan program, evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil dan progress dari pelaksanaan program yang telah direncanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan kondisi UMKM sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Hasil evaluasi dapat berupa peningkatan pemahaman UMKM tentang pentingnya e-commerce, peningkatan kemampuan dalam menggunakan platform e-commerce, serta peningkatan penjualan. Partisipasi mitra sangat penting dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Mitra UMKM berperan aktif dalam perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan. Hal ini memastikan bahwa program PKM relevan dengan kebutuhan UMKM dan efektif dalam meningkatkan keterampilan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan PkM didapatkan hasil yang sangat memuaskan karena hampir keseluruhan peserta tertarik untuk mengaplikasikan e-commerce guna memasarkan produk-produk yang dihasilkan. Dengan penggunaan e-commerce dalam pemasarannya diharapkan memperluas jaringa pasar, meningkatkan penjualan dan tentunya meningkatkan pendapatan.

KESIMPULAN

Pelatihan pemasaran e-commerce merupakan langkah strategis untuk membantu UMKM menghadapi tantangan di era digital saat ini. Dengan metode pelaksanaan yang terstruktur dan partisipasi aktif dari mitra UMKM, diharapkan program ini dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan UMKM dalam menggunakan platform e-commerce serta meningkatkan penjualan mereka secara efektif. Evaluasi program yang sistematis juga penting untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program pengabdian kepadamasyarakat ini

SARAN

Kegiatan seperti ini sangat diperlukan oleh UKM-UKM yang penggeraknya ibu-ibu rumah tangga guna meningkatkan pendapatan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Pearce, John, Robinson, Jr., Richard B. (1994). *Strategic Management : Formulation, Implementation, and Control*. USA :
- Richard D. Irwin, Inc. Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2007). *The psychology of entrepreneurship*. Mahwah, New Jersey:
- Lawrence Erlbaum Associates Frinces, Heflin. 2004. *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Darusalam.
- Kementrian Koperasi UMKM RI, 2005, *Peran UKM dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*,
- www.google.com, diakses 12 Maret 2012. Sarosa,
- P. (2005). *Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur: Dream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Syaiful Bahri Djamarah, 2008, *Psikologi Belajar* , Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba