

PKM KELOMPOK UMKM E-COMMERCE DI KELURAHAN BENDA BARU - KECAMATAN PAMULANG TANGERANG SELATAN

¹Yoko Tristiarto, dan ²Wahyudi

¹⁾²⁾ *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta,
Jl. R.S. Fatmawati No. 1 Pondok Labu – Jakarta Selatan 12450
Email : yokotristiarto@yahoo.com, dan upnvj.wahyudi@gmail.com*

ABSTRAK

Tahun 2015, Indonesia memasuki era globalisasi yakni Kawasan Perdagangan Bebas ASEAN (AFTA) dan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu benteng pertahanan ekonomi nasional, dimana bila tidak diperhatikan secara serius maka pertumbuhan ekonomi nasional akan rapuh. Dalam hal ini perlu perhatian khusus untuk para UMKM terutama masalah pemasaran. Dalam upaya untuk mengembangkan industri kecil, menengah, maka kelemahan-kelemahan tersebut harus diatasi. Disinilah peran Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan dapat lebih berperan serta membantu mengatasi permasalahan yang ada sehingga diharapkan para UMKM dapat terus berperan dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia. Menyadari akan permasalahan tersebut, kami Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jakarta adalah salah satu Perguruan Tinggi yang peduli terhadap lingkungan masyarakat sekitar merencanakan akan melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam hal pemasaran bisnis melalui internet marketing (*E-Commerce*), serta dapat memotivasi para UMKM dapat menjalankan usahanya secara profesional.

Kata Kunci : *E-Commerce, UMKM*

1. PENDAHULUAN

a. Analisis Situasi

Keberadaan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral. Beberapa peran strategi usaha kecil menengah adalah, ikut serta dalam proses pemerataan pembangunan Ekonomi, menunjang peningkatan pertumbuhan ekonomi, menciptakan kesempatan berusaha serta menciptakan dan memperluas lapangan kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak.

Data statistik Kemenkop menunjukkan tahun 2009 golongan usaha besar terdapat 4.952 unit usaha, menengah (sedang) 44.280 unit usaha, kecil 602.195 unit usaha, sedangkan usaha kecil mikro menciptakan 54.559.000 unit usaha. Penyerapan tenaga kerja dari UMKM sebesar 107.65 juta atau sebesar 97.24% dari total tenaga kerja. Kemenkop "Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia" Harian Kompas, 29 Agustus 2014.

Tetapi kenyataannya usaha kecil itu belum mampu mengembangkan potensi dan perannya secara optimal. Kondisi usaha kecil masih relatif lemah, sebagian masih terbatas pada usaha pemenuhan kebutuhan konsumsi lokal ataupun lingkungan dimana usaha tersebut berada.

Kondisi yang demikian, disebabkan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM. Keterbatasan kemampuan pengelolaan usaha, modal kerja, serta kelangkaan akan sarana usaha yang dimiliki. (Mudjiarto, 2013).

Dengan keterbatasan di atas merupakan permasalahan yang penting bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut tidak mungkin dapat dipecahkan sendiri oleh UMKM. Dibutuhkan bantuan dari pemerintah dan strategi dalam pemecahan masalah, dan pengembangan potensi dengan pendekatan pembinaan. Dimulai dari memperkokoh motivasi, mentalitas kewira-usahaan serta kemandirian, meningkatkan kemampuan dan ketrampilan manajerial sampai pada penguasaan teknologi. (Rojuaniah 2014).

Perkembangan internet saat ini adalah sangat pesat dimana hampir semua informasi akan sangat mudah diperoleh. Internet saat ini tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai sarana komunikasi vital yang sangat dibutuhkan di berbagai bidang termasuk di bidang pendidikan dan bisnis. Di dalam bidang pendidikan, internet tentunya memberikan peranan yang sangat penting dimana referensi-referensi akan sangat mudah didapat dan pembelajaran berbasis internet sudah mulai dimanfaatkan. Bisnis melalui internet adalah salah satu trend bisnis yang berkembang saat ini. Dengan melakukan bisnis via internet (bisnis online) maka akan memperluas pangsa pasar tidak hanya ketergantungan terhadap area penjualan seperti bisnis

konvensional dengan membuka lapak atau toko di suatu daerah. Pangsa pasar dari bisnis online akan jauh lebih luas karena orang-orang di seluruh Indonesia bahkan di dunia dapat mengakses internet sehingga produk yang ditawarkan via internet akan jauh lebih mudah dan lebih laris.

Data yang diperoleh dari hasil survey pendahuluan bahwa di wilayah Kelurahan Benda Baru Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan terdapat populasi UMKM sebanyak 420 yang sudah terdaftar menjadi anggota UMKM. Dari jumlah UMKM tersebut mencakup 275 di bidang makanan dan minuman, 26 di bidang pakaian, 3 di bidang pertamanan dan perkebunan, serta 116 di bidang perdagangan dan sebagainya. Dari UMKM sejumlah itu, masih belum banyak para pelaku UMKM yang memanfaatkan sarana Teknologi Informasi (TI) untuk mendukung usahanya yaitu untuk pemasaran dan penjualan secara on-line melalui internet berupa *Electronic Commerce (E-commerce)*. Padahal salah satu kunci keberhasilan UMKM adalah tersedianya pasar yang luas bagi peningkatan produksi usahanya. Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. (Adiono, 2011).

Menyadari akan permasalahan tersebut, kami Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jakarta adalah salah satu Perguruan Tinggi yang peduli terhadap lingkungan masyarakat sekitar merencanakan akan melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam hal pemasaran bisnis melalui *e-commerce*, serta dapat memotivasi para UMKM dapat menjalankan usahanya secara profesional.

b. Permasalahan

Permasalahan yang terjadi pada UMKM di wilayah Kelurahan Benda Baru Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan, yaitu masih banyak mengandalkan sistem pemasaran dan penjualan secara manual yaitu penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen melalui pembukaan toko atau pasar konvensional, lapak atau melalui jualan keliling (door to door). Sebagian yang lain sudah memanfaatkan website namun masih sekedar menempelkan atau menempatkan usahanya pada website saja dengan kualitas web yang seadanya.

Guna mengatasi hal tersebut, maka diperlukan strategi pemasaran dan penjualan yang efektif, mudah, dan murah dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis web dengan metode pembuatan kerangka kerja (*framework*) web sistem manajemen isi untuk menjadikan website tersebut selalu menduduki ranking teratas atau halaman pertama pada mesin pencari internet sehingga konsumen atau pelanggan mudah mencari alamat website tersebut. Dengan demikian diharapkan UKM dapat mendapatkan berbagai keuntungan dalam mempromosikan atau memasarkan usahanya, melakukan transaksi penjualan produk-produk usahanya, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya.

Target dalam pengabdian kepada masyarakat ini berfungsi untuk memberikan pemecahan masalah (solusi) terhadap permasalahan yang terjadi pada mitra, yaitu berupa :

- 1) Peningkatan profil pengetahuan para pelaku UMKM di Kelurahan Benda Baru Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan tentang bisnis internet setelah pelatihan.
- 2) Peningkatan pemahaman para pelaku UMKM di Kelurahan Benda Baru Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan tentang cara pembuatan blog setelah pelatihan.
- 3) Tersedianya tambahan perangkat dan bahan pendukung operasi dan produksi dalam usaha yang baru dirintisnya, Tersedianya *Software Framework* Aplikasi *E-commerce* bagi mitra sebagai bekal dasar pengembangan usaha,
- 4) Terlatihnya SDM mitra agar menjadi terampil dan profesional dalam membuat, mengoperasikan, mengembangkan, dan memelihara *software framework aplikasi E-commerce*.
- 5) Terampilnya mitra dalam manajemen usaha dan kewirausahaan dalam mengelola usahanya dan menghasilkan produk usahanya yang berkualitas dan dapat diterima pasar.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian *E-commerce*

E-commerce adalah dimana dalam satu *website* menyediakan atau dapat melakukan Transaksi secara online atau juga bisa merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*“. *E-commerce* akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan trading (perdagangan).

Adapun pendapat mengenai pengertian *E-Commerce* bahwa *E-commerce* mengacu pada internet untuk belanja online dan jangkauan lebih sempit. dimana *E-commerce* adalah subperangkat dari E-Bisnis. cara pembayarannya: melalui transfer uang secara digital seperti melalui account paypal atau kartu kredit. Sedangkan, E-Bisnis mengacu pada internet tapi jangkauan lebih luas. area bisnisnya terjadi ketika perusahaan atau individu berkomunikasi dengan klien atau nasabah melalui e-mail tapi pemasaran atau penjualan di lakukan dengan internet. dengan begitu dapat memberikan keuntungan berupa keamanan fleksibilitas dan efisiensi. cara pembayarannya yaitu dengan melalui pembayaran digital secara *E-Gold* dan sudah di akui di seluruh dunia dalam melakukan transaksi online.

Pada umumnya pengunjung Website dapat melihat barang atau produk yang dijual secara online (24 jam sehari) serta dapat melakukan correspondence dengan pihak penjual atau pemilik website yang dilakukan melalui email.

Dalam prakteknya, berbelanja di web memerlukan koneksi ke internet dan browser yang mendukung transaksi elektronik yang aman, seperti *Microsoft Internet Explorer* dan *Netscape Navigator*. *Microsoft* dan *Netscape*, bekerja sama dengan perusahaan kartu kredit (*Visa* dan *MasterCard*), serta perusahaan-perusahaan internet security (seperti *VeriSign*), telah membuat standar enkripsi khusus yang membuat transaksi melalui web menjadi sangat aman. Bahkan, *Visa* dan *MasterCard* menyediakan jaminan keamanan 100% kepada pengguna credit cardnya yang menggunakan *e-commerce*.

Adapun proses yang terdapat dalam E-Commerce adalah sebagai berikut :

- 1) Presentasi elektronis (Pembuatan *Website*) untuk produk dan layanan.
- 2) Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
- 3) Secara otomatis account pelanggan dapat secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit)
- 4) Pembayaran yang dilakukan secara langsung (online) dan penanganan transaksi.

Adapun keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan transaksi melalui *E-commerce* bagi suatu perusahaan adalah sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan pendapatan dengan menggunakan online channel yang biayanya lebih murah.
- 2) Mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya.
- 3) Mengurangi keterlambatan dengan menggunakan transfer elektronik/pembayaran yang tepat waktu dan dapat langsung dicek.
- 4) Mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif.

Banyak sekali yang dapat kita lakukan melalui E-Commerce yaitu :

- 1) Pembelian buku melalui online.
- 2) Pembelian elektronik melalui online.
- 3) Pembelian kendaraan melalui online.
- 4) Pembelian pakaian melalui online, dll.

Strategi Pemasaran Melalui Website atau Blog

Memiliki website atau blog sebagai sarana pemasaran secara online adalah suatu keharusan. Karena dengan memiliki website /Blog, membuat usaha anda dapat diketahui selama 24 jam sehari. Salah satu strategi pemasaran yang penting dari web adalah anda dapat menjelaskan secara rinci produk dan jasa yang anda jual. Selain itu anda dapat membujuk pengunjung untuk membeli produk atau jasa anda.

Strategi Pemasaran dengan Optimasi Website

Sebagian besar pengguna internet mencari informasi melalui search engine seperti Google, Yahoo, MSN dll sesuai dengan keyword atau kata kunci yang diinginkan atau dikenal dengan istilah SEO (Search Engine optimization).

Umumnya pengguna hanya akan mengklik link yang teratas dari hasil pencariannya atau setidaknya link yang ada pada halaman pertama saja. Supaya website anda bisa tampil di halaman depan, optimasi terhadap website perlu dilakukan agar strategi pemasaran berhasil.

Manfaatkan Jaringan Sosial

Saat ini hampir semua pengguna internet mempunyai akun di situs jejaring sosial seperti facebook, twitter, friendster dan situs lainnya. Pengguna situs tersebut sudah mencapai belasan bahkan mungkin sudah puluhan juta untuk Indonesia. Pasar yang potensial bagi yang jeli untuk mempromosikan produk.

Sampai sampai saat ini ada istilah facebook marketing karena facebook pasar yang potensial untuk mempromosikan produk. Banyak cara untuk berpromosi lewat facebook, cara yang paling ampuh adalah panggil teman terdekatmu dengan chatting dan mengajaknya seperti dengan cara anda mengajak ketika offline.

Email Marketing

Selain website marketing, promosi bisnis melalui internet dapat dilakukan melalui email marketing. Pemberitahuan mengenai informasi produk untuk memberikan penawaran kepada calon konsumen, dapat dilakukan secara masal maupun personal melalui email marketing. Sehingga kegiatan promosi produk semakin mudah, dan murah.

Selain membantu mempromosikan produk, email marketing juga menjadi sarana komunikasi antara pelaku usaha dengan calon konsumen. Konsumen yang tertarik dengan produk Anda, biasanya akan menanyakan informasi produk tersebut melalui telepon maupun email. Keberadaan email marketing, mendukung kegiatan pemasaran baik secara online maupun secara *offline*.

Forum atau Komunitas

Forum atau tempat diskusi lainnya menjadi media yang efektif sebagai alat promosi bisnis secara online. Manfaatkan tool signature yang diberikan oleh pemilik forum dengan memberikan link menuju web anda.

Promosi Bisnis Melalui Iklan Gratis

Banyak sekali iklan gratis di internet yang artinya anda tidak perlu mengeluarkan biaya untuk mengiklankan usaha anda. Anda hanya perlu registrasi dan menuliskan iklan anda.

Memasang Banner Di Situs Lain

Pemasangan banner di situs yang memiliki banyak pengunjung tentu bisa menarik banyak pengguna internet untuk berkunjung ke situs anda. Pertukaran banner dengan situs sejenis juga dapat membantu optimasi web anda.

Meminta Review Produk

Review atau meminta opini merupakan salah satu strategi pemasaran secara online yang sedang ramai. Anda dapat meminta review dari pemilik blog lain untuk di tampilkan di blog mereka.

Mengenal 5 Bentuk Bisnis E-commerce Yang Ada Di Indonesia

Jika ditanya tentang bisnis *e-commerce*, mungkin kebanyakan dari kita hanya akan menjawab bahwa bisnis e-commerce adalah bisnis jual beli online. Namun lebih dari itu sebenarnya bisnis e-commerce bisa dibedakan menjadi beberapa jenis berbeda berdasarkan dari bagaimanakah layanan yang diberikan oleh e-commerce tersebut. Seperti halnya beberapa nama perusahaan e-commerce besar TokoBagus, Kaskus FJB, hingga Lazada memiliki bentuk bisnis ecommerce yang berbeda satu dengan yang lain.

Secara umum bisnis e-commerce di Indonesia dapat dibedakan menjadi 5 bentuk berbeda.

Dan bagi anda yang memang aktif dalam bidang e-commerce atau mungkin ingin mengenal lebih dalam tentang ladang bisnis online yang satu ini, akan sangat berguna bagi anda untuk menyimak artikel tentang 5 bentuk bisnis e-commerce yang ada di Indonesia berikut ini :

1) **Classifieds / Daftar Iklan Baris**

Bentuk bisnis yang pertama adalah classifieds atau daftar iklan baris. Bentuk bisnis ini merupakan bentuk yang paling sederhana dari usaha e-commerce yang ada. Itu karena bentuk bisnis ini mempunyai ciri khas dimana penyedia jasa e-commerce tidak terlibat secara langsung dalam proses jual beli yang terjadi. Dalam bentuk bisnis ini, pihak perusahaan e-commerce hanya menjadi media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam satu tempat.

Ciri-ciri dari bentuk bisnis classifieds atau daftar iklan baris adalah web penyedia layanan e-commerce tersebut sama sekali tidak terlibat atau memfasilitasi secara langsung transaksi jual beli online yang berlangsung. Ciri yang kedua adalah dalam memanfaatkan layanan e-commerce tersebut, siapa saja yang ingin menjual barang yang dimilikinya bebas melakukan hal tersebut kapan dan dimana saja secara online. Ciri lain dari bentuk ini adalah pihak e-commerce mendapatkan keuntungan dari iklan premium yang terpasang pada website tersebut.

Penyedia layanan e-commerce di Indonesia yang menggunakan bentuk bisnis ini antara lain Berniaga, TokoBagus dan juga OLX. Hingga saat ini OLX menjadi jaringan perusahaan e-commerce yang terlama yang ada di Indonesia dan masih tetap eksis hingga saat detik ini. Selain ketiga e-commerce tersebut, Kaskus FJB (forum jual beli) pada dasarnya juga menganut bentuk bisnis ini karena selama proses transaksi pihak Kaskus sendiri tidak memberikan keharusan bagi para penjual atau pembeli menggunakan layanan transaksi apapun yang mereka sediakan. Dalam sistem pembayarannya pun, para penggiat Kaskus FJB banyak yang menggunakan metode COD atau cash on delivery. Secara umum tipe e-commerce ini lebih cenderung digunakan oleh para penjual yang hendak menjual barang bekas atau yang jumlahnya terbatas.

2) **Market Place C2C (Customer to Customer)**

Yang membedakan antara bentuk bisnis ini dengan bentuk classifieds adalah selain menawarkan tempat sebagai media promosi barang dagangannya, pihak e-commerce juga memberikan layanan metode pembayaran dari transaksi online yang dilakukan. Hal tersebut juga menjadi ciri utama dari bentuk bisnis e-commerce Marketplace C2C. Pada umumnya pihak e-commerce akan memberikan layanan Escrow atau rekening pihak ketiga.

Fungsi dari Escrow tersebut adalah sebagai jembatan antara penjual, pembeli dan pihak e-commerce. Jika sudah terjadi kesepakatan pembelian, pembeli harus mentransfer dana kepada pihak escrow. Baru setelah dana dikonfirmasi masuk ke escrow, penjual bisa mengirimkan barangnya para pembeli. Dan setelah pembeli mengkonfirmasi kedatangan barang, maka pihak escrow akan memberikan uangnya ke penjual. Selain lebih aman, dengan menggunakan jasa escrow jika tiba-tiba terjadi masalah dengan barang, dana akan bisa segera dikembalikan pada pembeli. Pada situs Kaskus FJB (forum jual beli), jasa escrow lebih dikenal dengan nama Rekber atau rekening bersama.

Perusahaan e-commerce yang mengadopsi bentuk bisnis ini antara lain Toko-pedia dan Lamido. Perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan dari sistem iklan premium dan juga adanya komisi dari jasa escrow. Bagi anda para penjual yang memiliki barang dengan jumlah yang cukup banyak, bisa mencoba menjadi penjual para bentuk bisnis e-commerce yang satu ini.

3) **Shopping Mall**

Bentuk bisnis e-commerce Shopping Mall, semua proses serta layanannya kurang lebih sama dengan bentuk bisnis Marketplace C2C yang membedakan antara keduanya adalah penjual yang ada pada e-commerce tersebut. Pihak yang bisa masuk menjadi penjual di e-commerce tersebut hanyalah brand-brand besar yang telah mempunyai nama di pasar lokal atau pun internasional.

Untuk masuk pun membutuhkan proses verifikasi yang tidak mudah. Dari segi keuntungan, pihak e-commerce bisa menarik komisi dari penjual yang notabene brand besar tersebut. Dengan begitu pendapatannya pun bisa lebih besar. Hingga saat ini, di Indonesia bentuk bisnis ini baru diterapkan oleh satu e-commerce yaitu Blibli.

4) Toko Online B2C (Business to Consumer)

Pada dasarnya bentuk bisnis ini lebih berfokus pada penjualan barang atau produk milik perusahaan e-commerce itu sendiri. Sehingga semua keuntungan dari penjualan produk murni dimiliki oleh perusahaan e-commerce dan tidak dibagi dengan pihak lain.

Jenis bisnis ini merupakan salah satu bentuk yang paling berkembang di Indonesia, namun dalam pengembangan bentuk bisnis ini tentunya juga tidak mudah. Selain diperlukan modal yang sangat besar, ketersediaan pasokan barang serta sistem penjualan semuanya harus dihandle sendiri oleh pihak e-commerce.

Beberapa perusahaan e-commerce yang menerapkan bentuk bisnis ini antara lain Lazada, Bhineka, dan Berry Benka. Namun seperti halnya Lazada juga masing memiliki sistem layaknya Marketplace C2C yang dapat menerima penjual mandiri yang memiliki barang yang cukup banyak dan terjamin ketersediannya.

5) Sosial Media Shop

Bentuk bisnis *e-commerce* yang terakhir adalah sosial media shop. Bentuk ini bisa dikatakan muncul seiring perkembangan sosial media yang makin menanjak. Potensi dari sosial media tersebut kini dimanfaatkan langsung oleh perusahaan e-commerce dengan membangun bisnis yang berbasis pada sosial media tersebut. Saat ini sosial media yang menjadi lahan utama perkembangan bentuk bisnis ini masih didominasi oleh Facebook, namun dengan pergeseran tren sosial media yang terjadi akhir-akhir ini juga telah membuka pesaing baru seperti Instagram dan juga Twitter.

E-commerce di Indonesia yang menyediakan bentuk bisnis ini adalah Onigi. Keuntungan dari bentuk ini adalah dari segi pemanfaatan banyaknya konsumen yang berasal dari sosial media tersebut dan juga kemudahan dalam pembuatannya.

Dengan lebih mengenal bentuk bisnis ecommerce tersebut, bisa menjadi tambahan informasi terutama bagi anda yang berniat menjadi penjual online.

3. METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pelatihan terstruktur. Maksud dari metode ini adalah metode ceramah, diskusi-informasi dan dilanjutkan dengan pelatihan secara langsung di internet. Materi ceramah dan diskusi-informasi dimaksudkan memberikan pengetahuan wawasan tentang internet serta peluang bisnis internet. Di samping itu, ceramah dan diskusi tentang peranan blog atau web dalam bisnis internet, langkah-langkah pembuatan web atau blog. Cara mendaftarkan blog untuk program Google AdSense. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan web atau blog langsung melalui internet.

Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam memasarkan produknya. Hal ini perlu dilakukan pendampingan (bimbingan) selama 1 (satu) bulan tentang pemasaran bisnis melalui *e-commerce* sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan komputer beserta jaringan internet.

Agar pelaksanaan kegiatan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan, maka pengabdian berusaha melakukan proses evaluasi dari kegiatan tersebut, dengan menentukan kriteria dan menetapkan indikator keberhasilan sebagai berikut :

Kegiatan	Kriteria	Indikator Keberhasilan
Seminar (Penyuluhan)	Meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan wawasan	Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran internet melalui : a. Motivasi melakukan kegiatan usaha dengan pemasaran bisnis melalui internet marketing. b. Memotivasi para pelaku usaha agar dapat menjalankan usahanya secara profesional. c. Motivasi untuk mengembangkan kegiatan usahanya,
Pendampingan	Mampu melakukan penjualan melalui internet marketing	25 % Memahami komputer dan jaringan internet 50% Memahami sistem pemasaran bisnis 75% Melakukan up-load produk 100% Melaksanakan internet marketing (e-commerce)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pembuatan situs blog sebagai media promosi telah dilaksanakan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 12 jam pelajaran dengan rentang waktu selama dua hari yaitu tanggal 25 – 26 Agustus 2018. Metode pelaksanaan pelatihan adalah klasikal dengan metode pembelajaran berupa penjelasan atau menerangkan dengan menggunakan presentasi power point dan menggunakan contoh studi kasus mengenai pelatihan dasar e-commerce.

Pelatihan dasar e-commerce merupakan pelatihan yang dilakukan untuk mendasari atau sebagai dasar pelatihan e-commerce yang sesungguhnya. Pelatihan e-commerce yang sesungguhnya ini dalam arti pelatihan penerapan aplikasi e-commerce berbasis CMS dan SEO yang dikembangkan dengan membangun aplikasi yang memiliki fitur-fitur sesuai keinginan pengguna. Materinya adalah membuat web blog dengan blogspot dan e-commerce dengan prestashop.

Metode pelaksanaan pelatihan dasar e-commerce adalah dengan melakukan percobaan langsung menggunakan komputer yang berbasis internet dan komputer tersebut telah diinstal beberapa aplikasi pendukung. Dikarenakan pelatihannya menggunakan komputer, maka kelas yang digunakan adalah laboratorium komputer berbasis internet.

Namun demikian selain pelatihan menggunakan laboratorium komputer berbasis internet juga menggunakan laptop yang dapat berbasis off-line dan on-line menggunakan modem portable. Contoh-contoh diberikan secara langsung melalui praktek yang dipandu oleh instruktur melakukan praktek di depan dan diikuti oleh peserta pelatihan. Jumlah peserta adalah dua puluh tiga orang.

Materi dasar web e-commerce yang diberikan adalah web blog menggunakan blogspot sebagai dasar untuk mempublikasikan tulisan-tulisan artikel dan gambar-gambar dengan beberapa fitur yang tersedia didalamnya.

Tujuannya agar peserta mampu menguasai dasar web blog sebagai bekal untuk menerapkan web yang berbasis CMS yang nantinya diterapkan dalam e-commerce yang dikembangkan. Garis besar materi yang disampaikan dalam pelatihan weblog dengan blogspot ini adalah sebagai berikut :

- a. Membuat account blog sebagai langkah awal dalam membuat sebuah atau beberapa weblog,
- b. Mengganti tampilan web blog dengan template desain yang responsive dan lebih menarik sesuai dengan tema weblog tersebut,
- c. Mengganti alamat url blog menggunakan Top Level Domain, 2nd Level Domain, 3rd Level Domain, Keyword On Domain hingga Sub Domain,
- d. Mengisi artikel, foto, video dan konten lainnya kedalam weblog tersebut sebagai sarana publikasi maupun promosi usaha.

Pelatihan selanjutnya adalah dasar e-commerce dengan menggunakan paket aplikasi prestashop. Pelatihan ini dilaksanakan setelah pelatihan web blog dengan blogspot.

Tujuan pelatihan e-commerce dengan paket aplikasi prestashop adalah agar peserta pelatihan dapat membuat aplikasi e-commerce dengan bentuk template e-commerce secara gratis karena bersifat *opensource* artinya boleh digunakan, diunduh dan dikembangkan oleh siapapun dengan gratis. Tidak ada biaya yang dikeluarkan jika kita ingin menggunakan CMS yang ada kecuali kalau ingin di online-kan dengan domain yang profesional seperti .com.

Namun demikian untuk pelatihan ini dilakukan dengan melakukan online secara gratis, namun web gratis ini sifatnya sementara. Nantinya setelah selesai pelatihan baru diterapkan pada domain profesional yang dapat dibeli dari penyedia atau provider internet. Materi pelatihan berupa:

- a. Display produk disertai deskripsi dan harga,
- b. Display produk terbaru,
- c. Display produk terlaris,
- d. Display harga promo,
- e. Display keranjang belanja,
- f. Display merek yang dijual,
- g. Display rekening bank untuk pembayaran,
- h. Display kontak yang bisa dihubungi,
- i. Penghitung stok otomatis,
- j. Penghitung ongkos kirim otomatis,
- k. Fasilitas komunikasi real time online

Selain melakukan pelatihan e-commerce dengan prestashop yang dilakukan secara online, juga perlu dilakukan persiapan untuk pelatihan secara offline. Tujuannya agar setiap kali melakukan pembelajaran pelatihan pembangunan e-commerce dengan prestashop tidak harus tergantung pada keberadaan koneksi internet. Untuk kebutuhan tersebut maka perlu dilakukan instalasi secara local (*localhost*), sehingga setelah dilakukan pelatihan *prestashop* secara klasikal di laboratorium tersebut peserta dapat melakukan pelatihan secara mandiri dengan menggunakan PC atau laptop.

Pelatihan telah selesai dilaksanakan, tahapan berikutnya dalam program pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan pendampingan dan evaluasi yang meliputi :

- a. Untuk hal e-commerce yang telah dikembangkan perlu diuji kembali dan siap untuk diterapkan pada mitra setelah melakukan pelatihan.
- b. Selain itu dilakukan pendampingan usaha dan penerapan e-commerce yang dilanjutkan dengan implementasi dan instalasi, dan berakhir dengan evaluasi dan monitoring program untuk melihat seberapa jauh program ini bermanfaat bagi kelompok UMKM yang khususnya berada di wilayah Kelurahan Benda Baru Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan.

Adapun keberhasilan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilihat dari tolak ukur :

- a. Respon dan aktivitas positif dari peserta pelatihan
Respon peserta dan aktivitas peserta pelatihan diukur melalui observasi selama pelatihan berlangsung dimana mereka sangat aktif dalam bertanya dan terlihat antusias mereka dalam mengikuti pelatihan.
- b. Meningkatnya keterampilan peserta setelah mendapat pelatihan
Keterampilan peserta diobservasi pada saat pelatihan melalui pemberian modul pelatihan yang berisi langkah-langkah secara mendetail materi tentang pembuatan blog.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

a. Kesimpulan

Dari hasil evaluasi serta temuan-temuan yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat kami simpulkan bahwa program pengabdian kepada ini telah mampu memberikan manfaat yang sangat besar dan tepat sasaran bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang menjadi khalayak sasaran dalam kegiatan ini. Bentuk pelatihan seperti ini merupakan bentuk yang sangat efektif untuk memberikan penyegaran dan tambahan wawasan serta pengetahuan baru di bidang teknologi informasi.

b. Rekomendasi

Sesuai dengan hasil evaluasi respons yang telah dilakukan, kami menyarankan hendaknya program-program pengabdian masyarakat seperti ini dapat dilaksanakan secara reguler dan berkala, melihat tingkat kebutuhan yang sangat tinggi akan pengenalan aplikasi-aplikasi komputer yang baru, dalam jangka waktu yang relatif singkat mengikuti perkembangan teknologi secara global.

6. DAFTAR PUSTAKA

Agung, Adiono, 2011, Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM, Bandung. STIE-INABA

Departemen Koperasi RI, 2013, Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2011-2012, www.depkop.go.id, di akses 20 April 2018

Dinkopumkm.semarangkota.go.id , 2013, Prduk UMKM dan Koperasi Dipamerkan, diakses 20 April 2018.

William J. Stanton , 1991, *Fundamentals of marketing*, edition 9, *McGraw-Hill*

Philip Kotler, Gary Armstrong, 2010, *Principles of Marketing*, Second European Edition, *Prentice Hall*

<http://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html>