

# Sosialisasi Pengenalan dan Pemanfaatan E-Commerce sebagai Media Penjualan Online bagi UMKM di Pekon Adiluwih

Widi Andewi<sup>1)\*</sup>, Sucipto<sup>2)</sup>, Elisabet Yunaeti A<sup>3)</sup>, Adi P Nanda<sup>4)</sup>, Feby Shelin Rose<sup>5)</sup>

<sup>1)2)3)4)</sup> Institut Bakti Nusantara

Jl. Wismarini No. 09, Pringsewu, Lampung

<sup>1)</sup> [widiandewi.91@gmail.com](mailto:widiandewi.91@gmail.com)

Jejak artikel:

Unggah artikel 25 September 2022;  
Perbaikan 15 Oktober 2022;  
Diterima 1 November 2022;  
Tersedia online 8 November 2022

Kata kunci:

*E-Commerce*  
*Marketplace*  
Media Penjualan Online  
UMKM

**Abstrak**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang internet berkembang sangat pesat. Bagi sebagian masyarakat, internet merupakan sesuatu kebutuhan yang sangat penting. Selain itu, manfaat dari perkembangan teknologi yang sangat pesat dapat digunakan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, contohnya: jual-beli secara online. E-commerce merupakan bisnis jual beli yang dilakukan secara online melalui jaringan internet. Melihat potensi jumlah pelaku UMKM yang ada di Pekon Adiluwih maka tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan kegiatan dalam bentuk edukasi terhadap istilah E-commerce dan juga memperkenalkan berbagai jenis *marketplace* yang tersedia dalam dunia e-commerce serta melakukan pendampingan secara langsung dalam memanfaatkan *marketplace* tersebut bagi pelaku UMKM di Pekon Adiluwih, Kecamatan Adiluwih, Kabupaten Pringsewu Lampung. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan dan pendampingan terstruktur. Hasil dari kegiatan ini masyarakat khususnya para pelaku UMKM mendapatkan banyak informasi dan edukasi tentang E-commerce dan lebih mengenal berbagai jenis marketplace, kemudahan serta manfaat yang akan diperoleh dalam berjualan secara online melalui marketplace yang tersedia. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat memotivasi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara lebih luas memanfaatkan *marketplace* yang ada serta melakukan inovasi dan modifikasi terhadap produknya agar usahanya lebih maju dan berkembang

## I. PENDAHULUAN

Pada saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang internet berkembang sangat pesat. Bagi sebagian masyarakat, internet merupakan sesuatu kebutuhan yang sangat penting. Selain itu, manfaat dari perkembangan teknologi yang sangat pesat dapat digunakan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, contohnya: jual-beli secara online. Istilah ini lebih dikenal dengan *E-commerce*. Menurut Turban, dkk (2012) *E-commerce (Electronic Commerce)* adalah proses jual beli produk, jasa, atau informasi yang menggunakan jaringan internet. Sedangkan C. Laudon dan P. Laudon (2005) mengatakan bahwa *E-commerce* merupakan proses jual beli barang dan jasa secara elektronik melalui transaksi bisnis elektronik terkomputerisasi yang melibatkan jaringan internet dan teknologi digital lain. Selanjutnya Wong (2010) mendefinisikan *E-commerce* sebagai proses jual beli serta memasarkan barang dan jasa melalui sistem elektronik, seperti: televisi, radio, atau jaringan internet. Dengan kata lain, *E-commerce* merupakan bisnis jual beli yang dilakukan secara online melalui jaringan internet. *E-commerce* dapat memberikan banyak manfaat dan kemudahan bagi pelakunya serta dapat memberikan keuntungan yang menjajikan jika dikembangkan dengan baik.

Banyak sekali jenis usaha yang terdampak dengan adanya *E-commerce*, salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Saat ini, adanya UMKM tidak bisa dipandang sebelah mata karena pertumbuhannya yang terus meningkat telah menjadi salah satu fokus pemerintah untuk terus dapat dibina dan dikembangkan. Undang-Undang No.20 tahun 2008 menyebutkan bahwa yang dimaksud usaha mikro adalah jenis usaha yang memiliki

\* Corresponding author

kriteria yaitu asset maksimal 50 juta rupiah dan omset maksimal 500 juta rupiah. Adapun kriteria usaha kecil yaitu asset 50-500 juta rupiah dan omset 300 juta – 2,5 milyar rupiah, sedangkan kriteria usaha menengah yaitu mempunyai asset 500 juta- 10 milyar rupiah dan omset 2,5 – 50 milyar rupiah. Pemerintah dibawah Kementerian Koperasi dan UKM bersama Kementerian Kominfo mencanangkan membina dan mengembangkan UMKM di tengah kemunculan e-commerce ini dengan gerakan GO- Online di 30 Kota/Kabupaten di Indonesia untuk menjadikan Indonesia sebagai Digital Energy of Asia (Kominfo.go.id).

Di sisi lain, perguruan tinggi perlu mendukung gerakan UMKM Go-Online yang dicanangkan oleh pemerintah dan juga bertanggung jawab dalam membantu UMKM agar lebih siap menghadapi era digital dan bisnis online. Melihat potensi jumlah pelaku UMKM yang ada di Pekon Adiluwih maka tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan kegiatan dalam bentuk edukasi terhadap istilah E-commerce dan juga memperkenalkan berbagai jenis *marketplace* yang tersedia dalam dunia ecommerce serta melakukan pendampingan secara langsung dalam memanfaatkan *marketplace* tersebut bagi pelaku UMKM di Pekon Adiluwih, Kecamatan Adiluwih, Kabupaten Pringsewu Lampung.

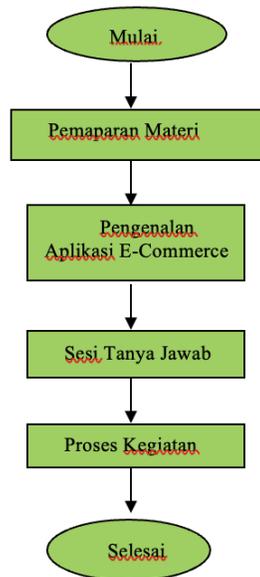
## II. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Rabu 10 Agustus 2022 yang dihadiri oleh tim dosen dan narasumber serta mahasiswa Institut Bakti Nusantara. Objek dalam pengabdian ini adalah para pelaku UMKM dan calon UMKM yang berdomisili di Desa Adiluwih, Kecamatan Adiluwih, Kabupaten Pringsewu. Dalam kegiatan PKM ini tim pengabdian melakukan koordinasi berdasarkan jadwal yang telah disepakati bersama. Metode pelaksanaan dalam pengabdian sosialisasi ini dilakukan dengan cara berkoordinasi dengan pihak pekon dan kampus. Penyusunan jadwal kegiatan PKM dalam satu tahapan yaitu tahapan pengembangan, sekaligus tahapan implementasi jadwal kegiatan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

Waktu	Kegiatan
1 Agustus 2022	Rapat bersama tim membahas PkM
2 Agustus 2022	Mengurus surat menyurat kepada pihak kampus
5 Agustus 2022	Berkoordinasi dengan pihak pekon
6 Agustus 2022	Konfirmasi dengan narasumber
7 Agustus 2022	Pembuatan dan penyebaran surat undangan kepada umkm
10 Agustus 2022	Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Edukasi pengenalan *E-commerce* sebagai media penjualan online dilakukan dengan kombinasi beberapa metode, yaitu metode penyampaian/presentasi, metode diskusi, dan tanya jawab antar masyarakat dengan narasumber. Metode presentasi dilakukan dengan penyampaian materi oleh narasumber tentang *E-commerce*. Metode diskusi dan tanya jawab dilakukan guna menambah pengetahuan masyarakat. Secara singkat, proses kegiatan pengabdian ini dinyatakan pada diagram alir berikut.



Gambar 1. Alur Kegiatan PKM

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas pengabdian kepada masyarakat yaitu edukasi pengenalan dan pemanfaatan E-commerce sebagai media penjualan online yang dilakukan oleh narasumber disampaikan secara langsung dan dapat disaksikan oleh para pelaku UMKM melalui layar proyektor di Gedung Serba Guna (GSG) Adiluwih. Mahasiswa berperan sebagai penyelenggara acara pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 2. Suasana kegiatan pengabdian

Kegiatan ini dimulai dengan sambutan ketua pelaksana, dosen pembimbing, dan Kepala Desa Adiluwih. Setelah itu dilanjutkan dengan pemaparan materi yang diberikan oleh narasumber dalam bentuk presentasi kepada para pelaku UMKM dengan tema “Sosialisasi Pengenalan dan Pemanfaatan E-Commerce sebagai Media Penjualan Online bagi UMKM” yang disampaikan oleh Ibu Widi Andewi, M. Pd., dan Bapak Sucipto, M. Kom.



Gambar 3. Narasumber dan aparat desa yang menghadiri acara

Berikutnya para pelaku UMKM diajak untuk melakukan proses tanya jawab dan diskusi.



Gambar 4. Sesi tanya jawab

Dalam Kegiatan PkM ini telah memberikan manfaat bagi para peserta khususnya para pelaku UMKM yang ada di Pekon Adiluwih, Kecamatan Adiluwih, Kabupaten Pringsewu. Kegiatan ini memberikan wawasan tentang pengertian E-commerce sebagai sebuah proses transaksi jual beli produk atau jasa yang dilakukan menggunakan elektronik yakni jaringan internet. Selanjutnya, para peserta PkM mendapatkan pengetahuan tentang istilah *marketplace* dan jenis-jenis *marketplace* yang populer dan sering digunakan di Indonesia. Di akhir acara, para peserta juga dibimbing bagaimana cara membuat akun di salah satu *marketplace*. Adapun secara lengkap pembahasan dari hasil kegiatan PkM adalah sebagai berikut:

1. Pemaparan materi E-commerce

Kegiatan ini diawali dengan pengenalan teknologi informasi dan dampak adanya perkembangan teknologi informasi khususnya dalam dunia perdagangan. Selanjutnya, para peserta UMKM diberikan penjelasan tentang pengertian E-commerce, perkembangan E-commerce, manfaat adanya E-commerce, dan dampak kehadiran E-commerce bagi masyarakat Indonesia. Peserta UMKM juga diberikan penjelasan tentang implementasi E-commerce ketika menjalankan bisnis baik secara teknis ataupun secara non teknis. Dalam kegiatan ini, mereka mendengarkan dengan baik materi yang disampaikan oleh para narasumber tetapi sebagian dari mereka masih asing dengan istilah E-commerce. Namun, ketika narasumber menyebutkan contoh dari E-commerce : Shopee, Lazada, Bukalapak, dan lain-lainya, para peserta mengetahuinya. Dengan begitu, ini akan menambah wawasan bagi peserta mengenai E-commerce.

## 2. Pengenalan Marketplace

Di dalam penyampaian materi, narasumber juga menyampaikan jenis-jenis dan kelebihan serta manfaat *marketplace*. *Marketplace* mempunyai fungsi yang sama seperti pasar tradisional sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli, tetapi proses transaksi ini dilakukan secara online yang membutuhkan jaringan internet. Narasumber memberikan penjelasan tentang jenis-jenis *marketplace* yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Setelah melakukan proses tanya jawab dengan para peserta, mereka biasa melakukan transaksi jual beli menggunakan Whatsapp, Facebook, dan segelintir peserta yang pernah menggunakan Instagram. Dari proses tanya jawab ini, peserta juga mempunyai keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi, tentunya ini akan menghambat dalam mengembangkan usaha mereka secara online. Seperti diketahui, banyak sekali *marketplace* yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha jual beli secara online, seperti: Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Blibli, Lazada, Elevation dan masih banyak yang lainnya. Dengan memanfaatkan *marketplace* yang ada, ini tentu saja memudahkan pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkannya sebaik mungkin. Selain itu, pelaku UMKM tidak perlu biaya lebih dalam mempromosikan barang karena adanya layanan dalam mempromosikan produk di *marketplace*.

## 3. Pelatihan Pembuatan Salah Satu Marketplace

Dalam kegiatan ini, *marketplace* yang dipilih adalah Shopee. Shopee adalah salah satu *marketplace* yang populer dan banyak penggunanya di Indonesia. Shopee resmi diperkenalkan di Indonesia di bawah naungan PT Shopee International Indonesia pada bulan Desember 2015 (Septiana & Widayani, 2020). Banyak sekali produk yang ditawarkan pada *marketplace* ini, seperti: produk Kecantikan, Pakaian, Handphone & Accessories, Komputer dan Accessories, Perlengkapan Rumah, Elektronik, Makanan dan Minuman, Pulsa, Tagihan dan Tiket, Fashion Muslim, Fashion Bayi dan Anak, dan masih banyak produk yang lainnya. Narasumber menjelaskan bahwa ada dua cara yang dapat dilakukan dalam membuat akun shopee:

- 1) **Daftar melalui aplikasi Shopee** Buka halaman **Saya** di aplikasi Shopee > pilih **Daftar** > masukkan **No. Telepon** > pilih **Lanjut** > geser gambar ke kanan > masukkan **Kode Verifikasi (OTP)** > pilih **Lanjut** > atur **Password** > pilih **Daftar**.
- 2) **Daftar melalui situs Shopee** Pilih **Daftar** di [situs Shopee](https://help.shopee.co.id/portal/article/72685-[Baru-di-Shopee]-Bagaimana-cara-membuat-akun-Shopee%3F#:~:text=Daftar%20melalui%20situs%20Shopee%20Pilih,Facebook%2C%20WhatsApp%20atau%20Apple%20Anda) > masukkan **No. Telepon** > pilih **Berikutnya** > geser gambar ke kanan > pilih **Kirim** > masukkan **Kode Verifikasi (OTP)** > pilih **Verifikasi** > atur **Password** > pilih **Daftar**.  
[https://help.shopee.co.id/portal/article/72685-\[Baru-di-Shopee\]-Bagaimana-cara-membuat-akun-Shopee%3F#:~:text=Daftar%20melalui%20situs%20Shopee%20Pilih,Facebook%2C%20WhatsApp%20atau%20Apple%20Anda](https://help.shopee.co.id/portal/article/72685-[Baru-di-Shopee]-Bagaimana-cara-membuat-akun-Shopee%3F#:~:text=Daftar%20melalui%20situs%20Shopee%20Pilih,Facebook%2C%20WhatsApp%20atau%20Apple%20Anda).

Selanjutnya, dalam kegiatan pengabdian ini, tim PkM mengidentifikasi beberapa aspek pendukung aktivitas, diantaranya adalah:

1. Partisipasi dan dukungan dari pihak pemerintah Pekon Adiluwih dalam menyediakan tempat serta fasilitas dan keikutsertaan dalam penyelenggaraan acara
2. Para peserta pelaku UMKM memiliki keinginan untuk memperoleh pengetahuan tentang E-commerce dalam dunia bisnis
3. Para pelaku UMKM sangat antusias untuk melakukan tanya jawab dengan narasumber

Namun ada juga beberapa aspek penghambat aktivitas yang akan dijadikan bahan evaluasi untuk perbaikan acara pengabdian selanjutnya, diantaranya adalah:

1. Keterlambatan beberapa pelaku UMKM  
Ketidakhadiran beberapa pelaku UMKM yang diundang

#### IV. KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan untuk pelaku UMKM di GSG Desa Adiluwih, Kecamatan Adiluwih, Kabupaten Pringsewu dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Masyarakat khususnya para pelaku UMKM Pekon Adiluwih memperoleh banyak informasi dan edukasi tentang E-commerce dan dampak serta perkembangannya bagi usaha mereka.
- 2) Masyarakat dan para pelaku UMKM dapat mengenal lebih banyak berbagai jenis *marketplace* yang bisa digunakan untuk mengembangkan usaha mereka serta memberikan pemahaman tentang kemudahan dan manfaat yang akan didapat dengan berjualan secara online melalui *marketplace* yang tersedia.
- 3) Masyarakat khususnya para pelaku UMKM diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu-ilmu yang diperoleh dalam pelatihan ini, seperti: membuat akun Shopee sebagai tempat promosi dan penjualan produk mereka.

#### V. UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian dosen Institut Bakti Nusantara mengucapkan terimakasih kepada Rektor dan LPPM Institut Bakti Nusantara yang telah memberi dukungan finansial terhadap kegiatan pelatihan ini.

#### REFERENCES

- C. Laudon, Kenneth & P. Laudon, Jane. 2005. Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 8. Yogyakarta: Andi Offset.
- Septiana, Eka & Widayani, Anna. 2020. Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. Jurnal Pemasaran: Kompetitif. Vol. 5 No.1 Oktober 2020. Hal :133–142
- Turban, Efraim dan King, David (2012). Electronic Commerce 2012: Managerial and Social Networks Perspectives (7th Edition). Prentic Hall.
- Wong, Jony. 2010. Internet Marketing for Beginners. Jakarta: Elex Media Komputindo