

---

## PELATIHAN PEMASARAN PRODUK SECARA DARING BAGI WARGA RT 010/09 JEMBATAN BESI JAKARTA BARAT

Nur Sucahyo<sup>1)</sup>, Adi Sopian<sup>2)</sup>, Abdul Aziz Effendy<sup>3)</sup>, Christine Sientta Dewi<sup>4)</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi, ITB Swadharma Jakarta

Correspondence author: N.Sucahyo, n.sucahyo12@gmail.com, Jakarta, Indonesia

### Abstract

The new era that is running after the COVID-19 pandemic has changed the order of life and daily activities in society with many activities being carried out online. Because it requires us to be more creative and productive in various ways in times like today, in order to get additional income. The existence of digital media that continues to develop, everything can be flexible or we can run it from anywhere and anytime without the limitations of space and time. Because of the many opportunities that people can do by doing business online, it is necessary to have activities such as outreach to the community related to how to increase productivity in this digital era by starting selling or online business. This online product marketing socialization organized by the ITB Swadharma Jakarta is expected to provide new knowledge and understanding about increasing people's income by selling online, especially related to productive training by selling online in the new post-pandemic era in RT 010/09 Kelurahan Jembatan Besi West Jakarta.

**Keywords:** *online business, e-commerce, online stores, UMKM, entrepreneur*

### Abstrak

Era baru yang sedang berjalan pasca pandemi covid-19 ini telah merubah tatanan hidup dan kegiatan dimasyarakat sehari hari dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan secara online. Oleh karena menuntut kita agar lebih kreatif dan produktif dalam berbagai hal di masa seperti sekarang ini, agar mendapat pemasukan tambahan. Adanya media digital yang terus berkembang maju, semuanya bisa serba fleksibel atau kita bisa menjalankannya dari mana saja dan kapan saja tanpa batasan ruang dan waktu. Karena banyaknya peluang yang bisa dilakukan masyarakat dengan berbisnis online maka diperlukan adanya kegiatan seperti sosialisasi kepada masyarakat yang terkait dengan bagaimana meningkatkan produktivitas di era digital ini dengan memulai berjualan atau bisnis Online. Sosialisasi pemasaran produk secara online ini yang diselenggarakan oleh Institut teknologi dan Bisnis Swadharma Jakarta diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman baru tentang meningkatkan penghasilan masyarakat dengan berjualan Online, khususnya terkait dengan pelatihan produktif dengan berjualan online di era baru pasca pandemi di Lingkungan RT 010/09 Kelurahan Jembatan Besi Jakarta Barat.

**Kata Kunci:** *bisnis daring, e-commerce, toko daring, UMKM, wirausaha*

## A. PENDAHULUAN

Tahun 2022 ini telah menjadi tahun yang telah berubah bagi tatanan kehidupan manusia di seluruh belahan dunia. Pasca pandemi COVID-19 ini telah membawa perubahan yang sedikit banyak berdampak di berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang pekerjaan kita (Hanim, Sopyono, & Maryanto, 2021).

Era baru yang sedang berjalan pasca pandemi covid-19 ini telah merubah tatanan hidup dan kegiatan dimasyarakat sehari hari dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan secara online (Dharmalau, et al., 2022). Era baru setelah pandemi covid-19 berangsur angsur hilang dan berlalu dan membentuk era digitalisasi.

Pada era baru dengan adanya teknologi Informasi pada saat ini yang banyak berperan dalam menggunakan aplikasi untuk melakukan berbagai kegiatan sehari hari, baik untuk kegiatan pembelajaran maupun kegiatan bisnis (Karim, 2020). Oleh karena menuntut kita agar lebih kreatif dan produktif dalam berbagai hal di masa seperti sekarang ini, agar mendapat pemasukan tambahan.

Produktivitas sendiri merupakan sebuah kegiatan produksi sebagai perbandingan antara luaran (output) dengan masukan (input) (Nasri, Sucahyo, & Lestary, 2021). Produktivitas merupakan suatu ukuran untuk menyatakan bagaimana baiknya sumber daya diatur dan dimanfaatkan untuk mencapai hasil yang optimal. Produktivitas ini juga sebagai tolak ukur keberhasilan suatu industri atau UKM dalam menghasilkan produk barang atau jasa.

Ukuran produktivitas bisa bermacam-macam, tergantung pada aspek output atau input yang akan digunakan sebagai landasan dasar (Anuang & Korry, 2020), misalnya: indeks produktivitas karyawan/pekerja, produktivitas biaya yang bersifat langsung, produktivitas biaya dalam total, produktivitas dalam bentuk energi, produktivitas dalam bentuk bahan mentah, dan lainnya.

Pada era digital seperti sekarang ini, banyak pilihan bisnis yang bisa kita lakukan dengan modal yang kecil dan biaya promosi yang besar (Hanim, Sopyono, & Maryanto, 2021). Bahkan hanya bermodalkan smartphone, sosial media atau marketplace, kita bisa menjual jasa, skill atau produk yang kita buat (Anwar, Kurniawan, Rahman, & Ani, 2020).

Adanya media digital yang terus berkembang maju, semuanya bisa serba fleksibel atau kita bisa menjalankannya dari mana saja dan kapan saja tanpa batasan ruang dan waktu (Dharmalau & Putra, 2021) (Hanim, Sopyono, & Maryanto, 2021). Salah satunya adalah Bisnis online adalah sebuah bisnis/usaha yang aktifitasnya dijalankan dengan memanfaatkan jaringan/media internet dalam aktivitas/kegiatan keseharian bisnis/usahanya (Jauhari & Supardi, 2010) (Nursari & Immanuel, 2017). Karena menggunakan jaringan internet, bisnis jenis ini bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja selama masih tersedia jaringan internet. Beberapa aktivitas bisnis yang masuk dalam kategori bisnis online seperti kegiatan penjualan dan pembelian barang atau jasa secara online, seperti penjualan makanan, pakaian, aksesoris, perlengkapan bayi dan masih banyak ide bisnis lainnya (Awali, 2020). Pada masa seperti sekarang semua orang mempunyai peluang yang sama dalam berjualan online. Memulai usaha online saat ini sangat mudah, hanya dengan mengandalkan smartphone atau laptop dan koneksi internet yang memadai, kita bisa mempunyai sebuah usaha online dengan memanfaatkan market place e-commerce yang ada saat ini seperti: Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dan lain-lain (Sopian, Dharmalau, & Alpindo, 2022). Selain itu kita bisa memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Tik tok dan Facebook sebagai media pemasaran produk (Basarah & Romaria, 2020).

Berikut ini adalah beberapa ide bisnis yang dapat dijalankan melalui online atau berbasis Internet yang bisa dicoba oleh penggiat usaha

kecil dan menengah, terutama dikalangan ibu rumah tangga (Lukito, Lukito, & Arifin, 2014) (Hafsah, 2004).

#### 1. Penjualan Makanan

Bagi yang memiliki keahlian dalam masak-memasak bisa menerapkannya dengan membuat aneka makanan pokok, kue-kue atau camilan yang bisa dijual secara online dengan pengemasan yang apik tentunya.

#### 2. Bisnis Multi Level Marketing

Peluang berbisnis dalam bisnis multi level marketing, pastinya akan selalu berhubungan dengan berbagai kebutuhan seperti suplemen kesehatan, peralatan rumah tangga, kosmetik dll. Peluang usaha dengan metode MLM akan memberikan keuntungan maksimal jika dikerjakan dengan rutin dan telaten. Ibu rumah tangga mampu dan bisa membuat sebuah jaringan bisnis yang besar dan ini bisa dilakukan dari rumah saja tanpa harus meninggalkan pekerjaan utama sebagai ibu rumah tangga.

#### 3. Penjualan Baju atau Fashion

Kebutuhan akan pakaian bagi setiap orang tidak akan pernah habis, akan selalu muncul dengan mode dan gaya yang baru. Adanya fashion sebagai bisnis tidak akan memberikan banyak resiko akan masa kadaluarsa, dimana fashion akan selalu banyak diminati dan selalu berkembang dari tahun ke tahun. Bila kita memiliki modal yang memadai dan kemampuan untuk membuat sendiri tentunya akan mendapat keuntungan yang lebih dibandingkan kita membeli produk jadi. Memproduksi pakaian sendiri dengan kreasi merk pribadi yang bisa dipasarkan dengan nama sesuai dengan keinginan tentunya lebih menguntungkan dan memuaskan.

#### 4. Penjualan perlengkapan bayi

Peralatan bayi memiliki banyak jenis-jenisnya mulai dari perlengkapan makan, perlengkapan mandi, pakaian, mainan dan lain-lain.

Tentunya semua ini dapat kita manfaatkan sebagai peluang bisnis yang menguntungkan. Karena jualan online bisa dilakukan dengan menggunakan handphone maka wanita atau ibu rumah tangga bisa mengecek orderan sesekali yang masuk ke dalam smart phonenya.

Sebenarnya dalam menjalankan bisnis tak harus membuat anda pergi ke luar rumah, karena banyak jenis bisnis atau pekerjaan lainnya yang bisa dikerjakan di rumah dan mendatangkan penghasilan. Seperti halnya sebuah gagasan bisnis/usaha tanpa modal yang tentunya bisa kita dikerjakan secara online ini cocok sekali dilakukan para Ibu rumah tangga misalnya, menjadi Drop shipper, menulis blog, jasa titip atau jastip, dan lain-lain. Karena banyaknya peluang yang bisa dilakukan masyarakat dengan berbisnis online maka diperlukan adanya kegiatan seperti sosialisasi kepada masyarakat yang terkait dengan bagaimana meningkatkan produktivitas di era digital ini dengan memulai berjualan atau bisnis Online (Marlinah, 2020) (Febriantoro, 2018).

Pelatihan pemasaran produk secara online yang diselenggarakan oleh Institut teknologi dan Bisnis Swadharma Jakarta diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman baru tentang meningkatkan penghasilan masyarakat dengan berjualan Online.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh dosen Institut Teknologi dan Swadharma ini bertujuan untuk meningkatkan ketrampilan dan dapat menjadi ruang baru bagi masyarakat sekitar, khususnya terkait dengan pelatihan produktif dengan berjualan online di era baru pasca Pandemi di Lingkungan RT 010/09 Kelurahan Jembatan Besi Jakarta Barat.

## **B. PELAKSANAAN DAN METODE**

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada lingkup RT 010/09 Kelurahan Jembatan Besi, Jakarta Barat. Sasaran dari kegiatan ini adalah masyarakat baik yang telah memiliki usaha

maupun yang belum, terutama yang memiliki keinginan untuk melakukan usaha online. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang warga.

Adapun kegiatan yang dilakukan antara lain:

1. Awal kegiatan dilakukan silaturahmi dan pengumpulan data awal atau observasi serta melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk membahas kegiatan yang akan dilaksanakan, pembahasan materi terkait dengan tema yang diusung, tempat dan waktu pelaksanaan pelatihan yang dilakukan dengan pengurus RT/RW setempat dan tokoh masyarakat di RT 010/09 Kelurahan Jembatan Besi .
2. Jenis pelatihan dengan memberikan paparan terkait dengan kegiatan apa saja yang dapat meningkatkan produktivitas masyarakat dan bagaimana cara-cara berjualan online
3. Lokasi dan Waktu pelaksanaan Kegiatan ini diselenggarakan di kampus Institut Teknologi dan Bisnis swadharma Jl. Malaka No 3 Jakarta, kegiatan ini dihadiri oleh masyarakat RT 010/09 Kelurahan Jembatan Besi Jakarta Barat.
4. Memberikan penyampaian materi yang pertama adalah “potensi usaha”. Pelatihan ini diberikan kepada peserta dalam bentuk presentasi materi yang dilanjutkan dengan eksperimen dan sharing pengalaman langsung dan dilanjutkan tanya jawab. Selanjutnya dengan materi yang kedua yaitu tentang Motivasi dan Entrepreneurship. Pada tahap ini peserta akan ditransfer iptek oleh tim pengabdian dengan materi pengenalan teknologi e-commerce
5. Lama pelatihan 1 (satu) hari
6. Melakukan pendampingan selama proses pelatihan berlangsung
7. Evaluasi. Evaluasi di akhir kegiatan ini dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari seluruh program pelatihan, di samping itu juga akan secara intensif melakukan pendampingan dan monitoring terhadap peserta pelatihan tentang bagaimana menggali potensi usaha/bisnis

dan pemahaman tentang entrepreneurship

Kegiatan sosialisasi yang sudah dilakukan dalam rangka Pengabdian kepada Masyarakat ini, menggunakan metode sebagai berikut:

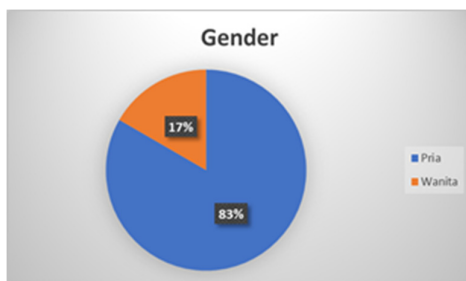
1. Melakukan Observasi dan Wawancara  
Kegiatan ini dilakukan dengan masyarakat dan para pelaku usaha di lingkup Rt 010 Rw 09 Kelurahan Jembatan Besi Jakarta Barat. Untuk dapat melihat sejauh mana pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap berbagai peluang usaha di masa krisis dan aktivitas pemasaran yang dapat dilakukan saat ini.
2. Pemberian Materi Pelatihan  
Presentasi dilakukan untuk penyampaian materi dengan menampilkan gambar dan konten yang menarik, cepat, dan mudah dapat menarik perhatian peserta sehingga aktif melakukan diskusi. Materi-materi presentasi dan diskusi berupa pengetahuan berbagai peluang usaha di masa krisis pandemi, ekonomi kreatif, dan strategi pemasaran. Materi yang diberikan meliputi: Mengenalkan Apa produktifitas, Bagaimana cara meningkatkan produktivitas, Bagaimana cara berjualan online, Menjelaskan apa saja yang harus dipersiapkan dan direncanakan Ketika berjualan online. Dll.
3. Tanya Jawab dan Diskusi  
Metode tanya jawab ini dipilih untuk memberikan kesempatan kepada peserta yang hadir untuk mengajukan pertanyaan agar peserta dapat lebih memahami materi yang dipaparkan. Hal ini diperlukan dengan harapan untuk meminimalisir adanya peserta yang kurang informasi atau kurang memahami materi yang disampaikan dalam proses sosialisasi ini
4. Dokumentasi kegiatan  
Pelaksanaan pelatihan diadakan di kampus Institut Teknologi dan Bisnis swadharma Jl. Malaka No 3 Jakarta, kegiatan ini dihadiri oleh 20 orang masyarakat RT 010/09 Kelurahan Jembatan Besi Jakarta Barat.



Gambar 1. Suasana Pelatihan

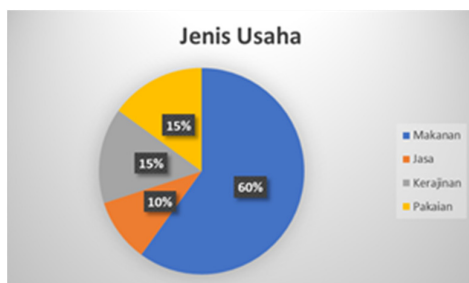
### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah peserta sebanyak 20 orang terdiri dari peserta terdiri dari 17 % Wanita dan 83% pria. Distribusi peserta berdasarkan gender dapat dilihat pada gambar 2.



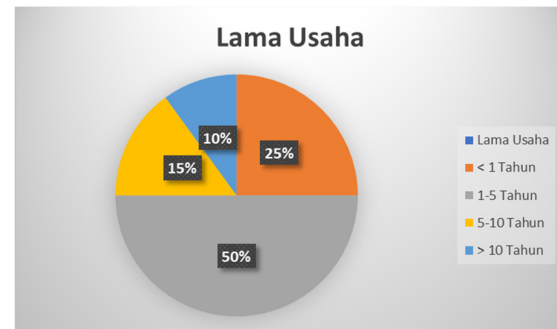
Gambar 2. Peserta sosialisasi berdasarkan Gender

Dari data isian yang dilakukan sebelum acara sosialisasi dan pelatihan dapat dilihat bahwa sebagian peserta ada yang sudah memiliki usaha, adapun jenis usaha yang dimiliki peserta dikelompokkan dalam beberapa kategori yaitu: Makanan, Jasa, Kerajinan dan Pakaian. Jenis usaha peserta dapat dilihat pada gambar 3



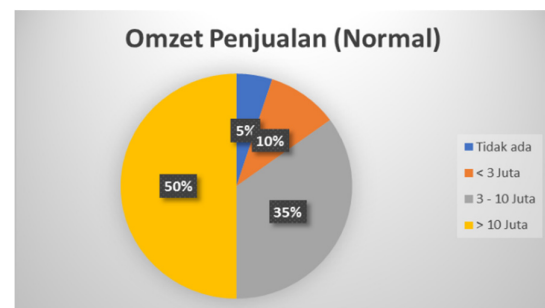
Gambar 3. Jenis Usaha Peserta

Jenis usaha peserta memiliki komposisi sebagai berikut: Jenis usaha Makanan 60% merupakan jenis usaha terbanyak, Jenis usaha Jasa 10%, Jenis usaha Kerajinan 15%, Jenis usaha Pakaian 15%.



Gambar 4. Lama Usaha Peserta

Lama Usaha dari peserta program ini bervariasi antara 0 sampai di atas 10 tahun terdiri dari: < 1 Tahun 25%, 1-5 Tahun 50%, 5-10 Tahun 15%, > 10 Tahun 10% seperti yang terlihat pada Gambar 4.

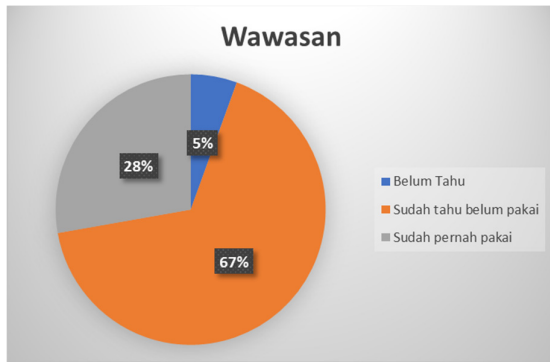


Gambar 5. Jumlah Omzet Usaha Peserta saat normal

Gambar 5 menunjukkan jumlah omzet rata-rata penjualan yang didapatkan pelaku UMKM setiap bulannya pada saat sebelum pandemi dapat dilihat sebagai berikut:

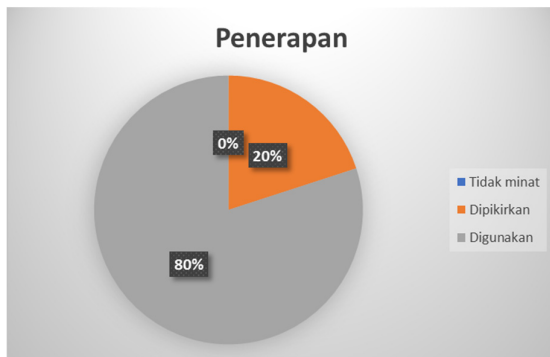
Tidak ada 5%, < 3 Juta 10%, 3 - 10 Juta 35%, > 10 Juta 50%. Ada satu yang tidak ada penghasilan karena pelaku baru memiliki rencana untuk melakukan usaha secara online.

Berikut adalah wawasan dari peserta tentang bisnis digital seperti yang terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Wawasan Tentang Bisnis Online Peserta setelah pelatihan

Dari gambar 6 diatas dapat diketahui pengetahuan atau wawasan tentang bisnis digital dari para peserta sebelum pelatihan, terdiri dari 5% belum mengetahui sama sekali mengenai bisnis, 67% sudah tahu mengenai bisnis online namun belum tahu tentang Teknik dan cara berbisnisnya dan yang terakhir ada 28% peserta yang sudah mencoba bisnis online.



Gambar 7. Penerapan Tentang Bisnis Online Peserta setelah sosialisai

Setelah selesai mengikuti sosialisai bisnis online ini, kepada para peserta dilakukan jajak pendapat dengan hasil seperti terlihat pada Gambar 7 bahwa yang tidak berminat mencoba bisnis online ada 0%, yang termotivasi dan ingin mencoba bisnis online sebanyak 20% dan yang terakhir ada 80% yang akan mengimplementasikan teknik, pengelolaan dan cara pengembangannya.

Program pendampingan yang dilakukan dengan pelatihan berjualan secara online dan tatap muka dengan warga pelaku UMKM.

Program Sosialisasi pemasaran produk secara online yang diselenggarakan oleh Institut teknologi dan Bisnis Swadharma Jakarta ini dilaksanakan cukup sukses, meski dilakukan dalam waktu yang terbatas. Pada akhir acara para peserta, meminta agar dibuatkan pelatihan berkelanjutan tentang teknik teknik pemasaran dan promosinya.

#### D. PENUTUP

Peningkatan keterampilan dalam menjalankan usaha online bagi masyarakat sangat diperlukan untuk membantu meningkatkan perekonomian keluarga.

Program pelatihan telah diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah dirancang sebelumnya. Masyarakat di RT 010/09 Kelurahan Jembatan Besi, Kecamatan Tambora, Jakarta barat sekarang telah memiliki wawasan baru dalam meningkatkan produktivitas dan omset penjualan usaha dengan cara melakukan penjualan secara online. Selain itu peserta pelatihan sudah mengetahui cara meningkatkan produktivitas dan mampu mengidentifikasi peluang usaha, serta mengetahui pemanfaatan teknologi e-commerce dalam memaksimalkan kegiatan usaha.

#### E. DAFTAR PUSTAKA

- Anuang, P. W., & Korry, P. D. (2020). Pengaruh Adopsi Teknologi dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perusahaan Niluh Djelantik). *TIERS Information Technology Journal*, 1(1), 25-32.
- Anwar, K., Kurniawan, L. D., Rahman, M. I., & Ani, N. (2020). Aplikasi Marketplace Penyewaan Lapangan Olahraga Dari Berbagai Cabang Dengan Metode Agile Development. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 9(2), 264-274.

- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *Balanca Journal : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 1-14.
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5(2), 22-29.
- Dharmalau, A., & Putra, D. F. (2021). Pelatihan UMKM Online Untuk Ketahanan Ekonomi di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Abmas Negeri*, 2(2), 77-85.
- Dharmalau, A., Putra, D. F., Hiswara, I., Nurlaela, L., Ningtyas, S., & Usanto. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Ketahanan Ekonomi Masyarakat UMKM di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 7(2), 162-173.
- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi UMKM Di Indonesia. *Manajerial : Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 17(2), 184-207.
- Hafsah, M. J. (2004). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Infokop*, XX(25), 40-44.
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (pp. 30-39). Bandar Lampung: Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai.
- Jauhari, J., & Supardi, J. (2010). Pengembangan Model Pemasaran dan Penjualan Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Sumatra Selatan Berbasis E-Commerce. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- Karim, B. A. (2020). Pendidikan Perguruan Tinggi Era 4.0 Dalam Pandemi Covid-19 (Refleksi Sosiologis). *Education and Learning Journal*, 1(2), 102-112.
- Lukito, R. B., Lukito, C., & Arifin, D. (2014). Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) pada Website dalam Strategi Pemasaran melalui Internet. *COMTECH: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1050-1058.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.
- Nasri, J., Suchayyo, N., & Lestary, T. A. (2021). Pendekatan Variabel Cost Dalam Rancangan Sistem Informasi Biaya Produksi Busana Muslim. *Jurnal Rekayasa Informasi Swadharma (JRIS)*, 1(1), 28-33.
- Nursari, S. R., & Immanuel, Y. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 8(2), 107-116.
- Sopian, A., Dharmalau, A., & Alpindo. (2022). Pemanfaatan Teknik Web Scraping Python Untuk Sistem Pencarian Produk Di Toko Online. *Jurnal Elektro dan Informatika Swadharma (JEIS)*, 2(2), 1-8.