

PKM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM BAGI PELAKU BISNIS USIA LANJUT MELALUI INOVASI ECOMMERCE DISAAT PANDEMI COVID 19

Eri Mardiani¹⁾, Nur Rahmansyah²⁾, Sari Ningsih³⁾, Endah T.E. Handayani⁴⁾, Deny Hidayatullah⁵⁾

¹Program Studi Informatika Universitas Nasional

²Program Studi Animasi Politeknik Negeri Media Kreatif

^{3,4,5}Program Studi Sistem Informasi Universitas Nasional

Correspondence author: E. Mardiani, erimardiani1@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) through the application of Web-based E-Commerce and mentoring their use using information technology for business people can increase economic independence in order to increase the use of information technology and the internet in conducting marketing activities globally. This community service provides motivation for business people aged those who remain enthusiastic about running their business in order to strengthen the purchasing power of Small and Medium Enterprises products. The problem raised is the improvement of sales, marketing, and product ordering services from consumers. The purpose of this community service activity is so that elderly business actors can still participate in implementing Web-based E-Commerce activities properly through the guidance of facilitators. The recommendation in this activity is the need for synergies with related agencies/agencies so that elderly business people have the same opportunity to gain access to online-based businesses for their daily economic improvement.

Keywords: *covid19, e-commerce, sme, elderly*

Abstrak

Usaha Kecil Menengah (UKM) melalui penerapan E-Commerce berbasis Web dan pendampingan penggunaannya menggunakan teknologi informasi bagi pelaku bisnis dapat meningkatkan kemandirian ekonomi guna meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dan internet dalam melakukan kegiatan marketing secara global. Pengabdian masyarakat ini memberikan motivasi bagi Pelaku bisnis dengan usia lanjut yang tetap semangat melakukan usaha bisnisnya tetap berjalan agar dapat melakukan penguatan daya beli produk Usaha Kecil Menengah. Permasalahan yang diangkat adalah peningkatan pelayanan penjualan, pemasaran, pemesanan produk dari konsumen. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini agar Pelaku Bisnis usia lanjut tetap dapat mengikuti kegiatan penerapan E-Commerce berbasis Web dengan baik melalui bimbingan fasilitator. Rekomendasi dalam kegiatan ini adalah perlunya sinergisitas dengan dinas/instansi terkait agar pelaku bisnis usia lanjut mempunyai kesempatan yang sama dalam mendapatkan akses usaha berbasis online demi peningkatan ekonomi mereka sehari-hari.

Kata Kunci: *covid19, perdagangan elektronik, ukm, usia lanjut*

A. PENDAHULUAN

Usia boleh tua, kesenjangan kondisi ekonomi yang signifikan menyebabkan pelaku bisnis dengan usia lanjut tetap melakukan usaha bisnisnya untuk menopang perekonomian keluarga sejahtera dikarenakan tidak adanya dana pension atau jaminan sosial yang terbatas. Sejak pandemi Covid 19 awal tahun 2019 sampai dengan 2020 mengakibatkan kemiskinan di Indonesia semakin meningkat. Meningkatnya kemiskinan membuat ancaman terhadap kondisi ekonomi menengah kebawah. Dalam situasi demikian keluarga yang berada di bawah tekanan besar sangat mungkin untuk pelaku bisnis usia lanjut tetap melakukan usahanya untuk bertahan hidup. Masalah ekonomi berupa menurunnya produktivitas kerja, terbatasnya kesempatan kerja, dan tidak dimilikinya jaminan sosial. Ancaman kesejahteraan terbesar bagi lansia disebabkan pendapatan rendah, kesehatan dan gizi buruk, serta akses terhadap pelayanan dasar berkurang. Kemiskinan anak atau keluarga bias menimbulkan atau sering menyebabkan lansia terlantar. Untuk Pelaku Bisnis usia lanjut hendaknya memiliki kesempatan dalam mengembangkan usaha kecilnya menjadi baik.

Perilaku konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan niat pembelian. Niat pembelian dipengaruhi oleh persepsi manfaat, resiko dan kepercayaan terhadap toko tersebut. Konsumen akan lebih mungkin terlibat dalam pembelian melalui Internet ketika resiko dirasakan rendah, manfaat dirasakan adalah tinggi dan ketika kepercayaan tinggi (efek langsung) maka kepercayaan para konsumen terhadap penjual juga akan meningkatkan niatnya untuk membeli secara tidak langsung (Mardiani et al., 2020).

UMKM mempunyai peran penting dalam memajukan perekonomian Indonesia saat ini. Sebagai alternatif untuk memperluas lapangan kerja baru. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah

dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana promosi. Peluang yang besar atas pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi ini adalah atas dasar data penggunaan internet di Indonesia (Mardiani et al., 2022) yang dilakukan dengan membangun sistem informasi bagi UMKM berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL. (Mardiani et al., 2021)

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat hingga saat ini terus dikembangkan teknologi-teknologi terbaru sehingga peran teknologi juga dapat meningkatkan perekonomian daerah. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam memajukan perekonomian Indonesia saat ini. Sebagai alternatif untuk memperluas lapangan kerja baru. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana promosi. Peluang yang besar atas pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi ini adalah atas dasar data penggunaan internet di Indonesia (Pradipta, 2018).

Dari hasil survei pada pelaku UMKM di daerah Lebak Bulus Jakarta Selatan, diketahui dimana pelaku UMKM tidak memanfaatkan telepon seluler serta akses internet yang mereka miliki untuk memajukan usahanya. Untuk mengatasi permasalahan yang muncul maka perlu diadakannya Pelatihan dan pendampingan penguatan UMKM, pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas produk, harga dan kemasan, pelatihan dan pendampingan pemanfaatan telepon seluler dalam memperbaiki kelembagaan/organiasi dan kualitas, serta pelatihan dan pendampingan kegiatan promosi serta menggunakan pemasaran media sosial berbasis maps mobile sebagai wadah promosi, karena banyak sekali manfaat yang bisa digunakan dengan menggunakan maps, banyak fasilitas yang diberikan google salah satunya chat antara pemilik dengan konsumen, selain itu pemilik bisa memberikan informasi jam buka, dan fasilitas

yang diberikan kepada konsumen dengan foto yang di pasang, selain lokasi yang dapat dilihat dan rute yang bisa ditempuh dari maps dan bisa dilakukan pemesanan via Goshop atau tokopedia.



Gambar 1. Produk UMKM Mitra

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan PKM adalah sebagai berikut ini:

1. Identifikasi dan Analisis.

Kegiatan diawali dengan menggali informasi untuk mengetahui cara mitra dalam memasarkan hasil produksi. Mencari informasi apakah mitra pernah mengikuti seminar kewirausahaan, bergabung dengan komunitas dan mengikuti pameran dengan upaya untuk meningkatkan kualitas produk dan menambah pangsa pasarnya. Dengan demikian tim PKM dapat memahami kebutuhan UMKM akan teknik pemasaran melalui media online, maka selanjutnya diperlukan sebuah pelatihan tentang strategi pemasaran melalui media online.

2. Penggalan informasi permasalahan

Penggalan informasi proses pendampingan untuk menggali informasi produk yang akan dijual. Hal ini dilakukan agar mitra dapat menampilkan foto produk yang akan dipasarkan melalui media online dengan lebih menarik, sehingga calon konsumen lebih tertarik terhadap produk yang dijual.

3. Pelatihan Pembuatan Map dan Pembuatan Akun Ecommerce Gratis

Pelatihan bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan pangsa pasarnya dan meningkatkan penjualan dan pendapatan. Dengan demikian pelaku UMKM akan memahami pentingnya strategi pemasaran yang akan digunakan untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Pembuatan Map dan akun e-commerce adalah proses identifikasi masalah merupakan tahapan awal untuk membuat website, sebagai data yang akan diimplementasikan. Aplikasi pemasaran yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan pemasaran produk dibuat berbasis web. Aplikasi ini dirancang dengan tampilan dan menu yang memudahkan mitra dalam mengunggah foto produk, menangani pemesanan, menangani pembayaran, dan pembuatan laporan keuangan. Aplikasi ini diharapkan akan meningkatkan pesanan sehingga dapat meningkatkan penjualan pendapatan pelaku UMKM.

4. Pelatihan Pengisian dan Mengunggah Konten

Mengunggah website ke internet setelah dilakukan verifikasi oleh pelaku UMKM terhadap fungsionalitas, kelayakan menu dan tampilan serta pengujian terhadap data yang tersimpan. Ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kesalahan pada website ataukah tidak, baik pada proses mengunggah foto produk, proses pemesanan, penanganan pemesanan, proses pembayaran, dan pembuatan laporan. Pelatihan pengisian konten di maps dan web maka selanjutnya pelaku UMKM akan diberikan pelatihan tentang cara mengisi konten web dan di maps dari produk yang akan dijual.

5. Evaluasi penggunaan Map, Pembuatan Laporan dan Publikasi Jurnal

Evaluasi dari tim PKM terhadap penggunaan website yang sudah dibuat.

Tim PKM membuat laporan dari hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan dan mendaftarkan laporan sebagai jurnal sehingga terpublikasi secara nasional.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Unit Kegiatan Masyarakat di Jl.Karang Tengah Raya No.28 Rw.3 Lebak Bulus Kec.Cilandak Jakarta Selatan 12440. Produk yang dimiliki yaitu makanan Nasi Goreng, Mie Goreng, Kwetiaw.



Gambar 2. Lokasi dagang mitra PKM

Pada pelaksanaan ini materi yang disampaikan bertujuan untuk menambah wawasan para peserta terhadap manfaat penggunaan media online sebagai sarana untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan. Pada pelaksanaan kegiatan ada beberapa materi yang disampaikan yang berhubungan dengan e-commerce. E-commerce merupakan proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet dimana website digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.

Adapun manfaat yang diperoleh menggunakan e-commerce sebagai sistem transaksi:

1. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar)
2. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*)
3. Melebarkan jangkauan (*global reach*)
4. Meningkatkan *customer loyalty*
5. Meningkatkan *supply management*

Berikut manfaat bisnis melalui media Internet:

1. Menjual Produk: Jika anda mempunyai produk bisa dipasarkan melalui website yang telah dibuat, kemudian diiklankan melalui media internet.
2. Menjual Informasi: Jika anda mempunyai informasi yang berharga dan tidak banyak orang tahu, maka informasi tersebut bisa anda jual.
3. Pemasaran Online: Anda bisa menjual produk orang lain melalui website.

Sebuah perusahaan bisa memasarkan produk atau jasa tanpa menggunakan teknik pemasaran tradisional seperti brosur, surat dan iklan di surat kabar.

Pada materi ini masing-masing peserta dibimbing untuk membuat email. Email banyak dapat diakses dengan mudah dengan berbagai gadget seperti komputer maupun ponsel smartphone. Penggunaan email tidak dikenakan biaya dan hanya bermodalkan koneksi internet.

Beberapa fungsi email yang perlu diketahui adalah sebagai berikut :

1. Mengirim dan menerima pesan
2. Mengirim dan menerima file
3. Mendaftar akun sosial media dan lainnya
4. Sarana Promosi
5. Mengaktifkan Aplikasi Smartphone

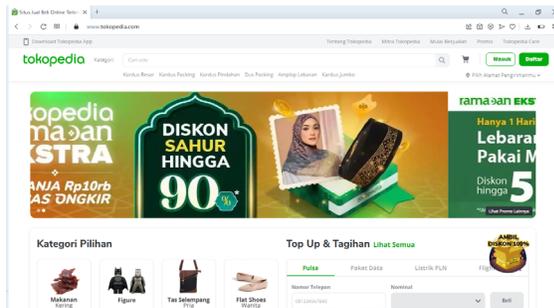
Pada pembahasan ini peserta dikenalkan gerai online sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk menjual produk sehingga masyarakat secara umum dapat melakukan transaksi pembelian secara online. Pembahasan yang diperkenalkan ke peserta yaitu cara registrasi anggota dan membuka toko secara gratis. Berikut contoh gerai online yang memanfaatkan e-commerce sebagai media promosi online dengan menggunakan Google Maps

Pengenalan gerai online yang diberikan salah satunya adalah tokopedia.com, gojek.com melalui media ini peserta dapat membuka toko secara gratis dan dapat menggunakan fasilitas yang diberikan oleh google maps dan tokopedia.

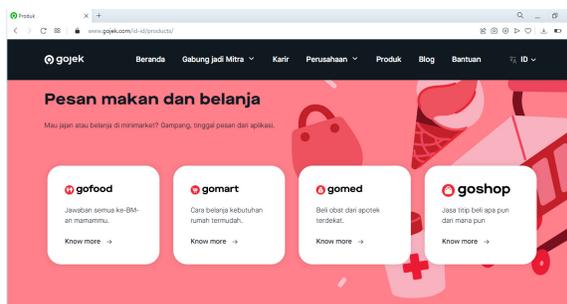
Gambar 5. Tampilan halaman depan gojek.com



Gambar 3. Tampilan Penambahan Tempat di Google Map



Gambar 4. Tampilan halaman depan tokopedia.com



Gambar 7. Tampilan Video di Youtube <https://youtu.be/c1q10vQgSIk>

D. PENUTUP

Pelatihan penggunaan aplikasi e-Commerce berbasis web yang telah dilaksanakan dapat memberikan kemudahan kepada pengguna untuk menampilkan produk yang dihasilkan Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). e-Commerce ini mampu menampilkan iklan produk UKM secara online, serta dapat diakses dengan internet, artinya aplikasi e-Commerce berbasis mobile web yang dapat di akses kapan saja dimana saja untuk melakukan transaksi ketersediaan barang yang akan dipasarkan. Penerapan aplikasi e-Commerce kepada mitra yang disertai dengan pendampingan, yaitu pelatihan menggunakan e-Commerce, mengolah aplikasi, menambah dan mengubah produk sehingga mitra dapat mandiri menggunakan aplikasi e-Commerce mampu memberikan pengetahuan untuk pelaku UKM dalam memasarkan produk secara global dan tak terikat waktu.

E. DAFTAR PUSTAKA

Mardiani, E., Rahmansyah, N., & Ningsih, S. (2022). PKM Meningkatkan Penjualan

UMKM Dengan E-Commerce Disaat Pandemi Covid 19. . . *Jurnal Mindabaharu: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 234–243.

Mardiani, E., Rahmansyah, N., & Rizky, F. Al. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap E-Commerce Disaat Pandemi Covid 19 Di Shop And Travel. *Jurnal Informatik*, 16(3), 212–217.

Mardiani, E., Rahmansyah, N., Wahyudi, N. M., Wijaya, Y. F., & Al Rizky, F. (2021). *Kumpulan Latihan PHP*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

Pradipta, Y. G. A. (2018). *Skripsi : Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi UMKM Harmoni di Desa Kembangan Baki Sukoharjo*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.