LENTERA JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT, Vol. 01 (01), Juni, 2023
ISSN: XXXX- XXXX (Online)
DOI: 10.XXXXX/ljpm.vXiX.manuscriptcode

Pelatihan Pemanfaatan *E-commerce* dan Sosial Media Pelaku Usaha Butik Naomi

Hilda[1] Meyer Mega[2], Putri Rosy Mayasari [3]
[1]Universitas Islam Negri Raden Fatah [2] [3]Universitas Dinamika Bangsa
Email : [1] hildahilda_uin@radenfatah.ac.id. [2]meyermega170598@gmail.com
[3]azmyarumaisa@gmail.com

Abstrak

E-commerce bisa menjadi metode transaksi yang saat ini meluap di masyarakat. Di Indonesia, ada banyak pasar yang menawarkan e-commerce. Ada begitu banyak klien e-commerce, dan banyak hal juga muncul dalam e-commerce. Ini menanyakan tentang hal-hal untuk mengetahui penggunaan pembelian dan penawaran pertukaran dalam showcase, dan untuk mengetahui variabel yang memberi energi pada orang untuk membeli dan menawarkan secara online, dan untuk mengetahui jaminan hukum konsumen atau aplikasi lain saat melakukan pertukaran pembelian dan penawaran online melalui Shopee, Tokopedia. Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi yuridis sosiologis menggunakan informasi penting dan informasi tambahan.

Kata Kunci: E-commerce, UMKM, Transaksi online

A. 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sudah sangat berkembang, sehingga dibutuhkan penyampaian suatu informasi yang cepat, tepat waktu dan akurat beritanya, serta yang sangat penting atau berpengaruh bagi kehidupan kita sehari-hari dan dunia bisnis. Saat masa pandemi sekarang ini, kita di anjurkan pemerintah agar selalu di rumah untuk mengurangi penyebaran covid-19. Pembatasan aktivitas ini berakibat juga kepada para UMKM yang dimana penghasilan mereka bisa berkurang bahkan tidak ada pemasukan sama sekali. Di masa pandemi inilah semua kegiatan banyak menggunakan teknologi dan informasi.

Dampak dari masa pandemi ini selain para pelaku usaha besar, pelaku UMKM juga merupakan salah satu yang terkena efek dari masa covid-19 saat ini, akibatnya banyak pelaku UMKM beralih ke penjualan berbasis digital atau e-commerce. Memahami bahwa e-commerce adalah suatu platform yang digunakan untuk proses transaksi jual beli menggunakan internet sebagai infrastuktur utama dalam prosesnya.[1] E-commerce memiliki banyak aktivitas seperti transaksi elektronik yang berhubungan dengan pertukaran matauang, proses jual beli barang, dan sebagi media promosi produk. Keunggulan penjualan berbasis website adalah perusahaan memiliki peluang yang sama untuk dapat berkembang dan berhasil pada dunia maya.[2]

Hal ini juga yang di rasakan oleh pemilik butik naomi yang merasakan efek dari pandemi yang masih berlangsung sampai saat ini. Butik naomi merupakan bisnis yang bergerak di bidang penjualan pakaian yang masih bersifat konfensional. Butik naomi berdiri sejak 7 tahun yang lalu atau dari tahun 2014 dan beralamat di Lrg.sukasari, rt 039, kebun kopi, kota jambi. Butik naomi menjual berbagai jenis pakaian dan model.

Article History: *Submitted 01-04-2023, Revised 10-04-2023, Accepted 01-05-2023*

Metode penjualan dimulai dari pelanggan datang ke toko untuk melihat barang dan mencari ukuran yang pas, kemudian karyawan mencatat dan menghitung totalan dari pakaian yang telah di pesan serta menyiapkan pesanan pelanggan. Terkadang ada beberapa kendala yang dihadapi oleh pelanggan di masa pandemi ini terutama pembatasan aktivitas di luar rumah. Dengan hadirnya teknologi yang memudahkan memenuhi kebutuhan terutama pada e-commerts yang saat ini berkembang dengan teknologi yang semakin memudahkan.

Pada Kegiatan Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk membantu UMKM Butik Naomi agar mampu mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya sera memperluas penjualan agar bisnis penjualan pada butik naomi ini semmakin luas dan banyak di kenal masyarakat.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan dalam meningkatkan media promosi dan meningkatkan pendapatan dapat dilakukan dengan melakukan penerapan *e-commerce* pada produk yang ingin di jual. Implementasinya dapat dilakukan dengan cara membuat akun atau toko pada salah satu *e-commerce* seperti shoppe dan tokopedia atau media sosial sebagai media promosi dan proses transaksi penjualan.

Penelitian kali ini penulis menggunakan metodologi deskriftip kualitatif. Menurut Mario,dkk [3] penelitian deskriptif adalah penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang dijumpai baik secara alamiah maupun fenomena yang terjadi dari hasil perbuatan manusia. Menurut Umar, dkk [4] Penelitian kualitatif adalah penerapan sistematis prosedur ilmiah dengan menggunakan metode kualitatif untuk menemukan jawaban atas fenomena atau pertanyaan. Selain itu, pada penelitian deskriptif kualitatif tidak melakukan manipulasi atau pun perubahan variabel, tetapi menggambarkan suatu kondisi yang semestinya. Kemudian teknik pengumpulan data yang dilakukan pada UKM Butik Naomi yaitu dengan cara pengumpulan data serta melakukan studi literatur seperti wawancara, observasi dan dokumentasi.

Sebelum menentukan pelatihan apa yang akan diberikan kepada pelaku usaha, team melakukan observasi dan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi selama masa pandemi.



Gambar 1. Observasi dan wawancara ke Butik Naomi

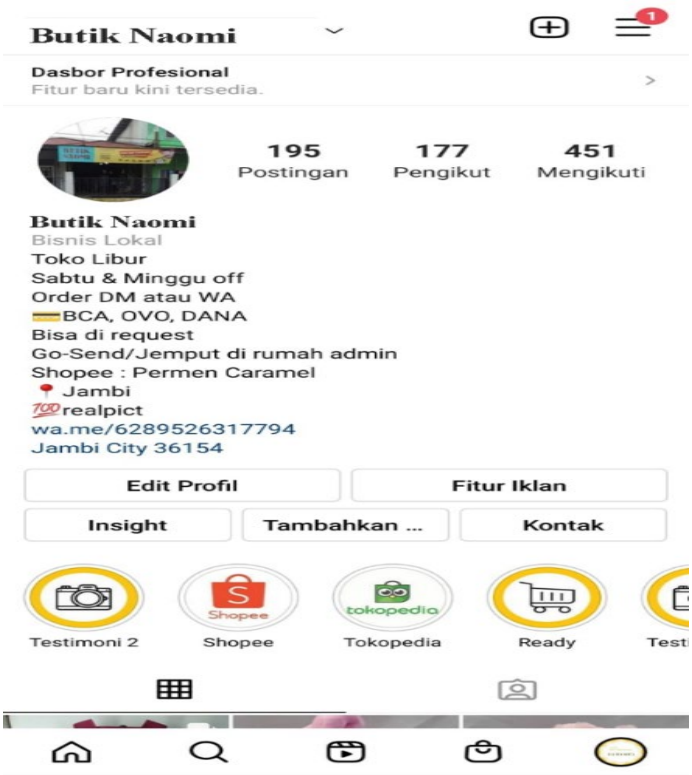
Dari hasil observasi serta wawancara yang telah dilaksanakan dan diperoleh bahwa butik naomi masih belum mengenal tentang penjualan pada marketplace, sehingga team akan menperkenalkan marketplace kepada penjual dan mengajarkan cara menggunakan aplikasi penjualan secara online serta melakukan promosi melalui media sosial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal team akan memberikan pemahaman pentingnya sosial media untuk digunakan sebagai media promosi. Perkembangan zaman saat ini manusia dituntut untuk selalu dapat berinteraksi dengan sesamanya. Media sosial mempunyai peranan yang sangat hebat dalam membentuk perilaku dan pola hidup manusia dalam berbagai bidang kehidupan[5]. Suatu penghubung antara seseorang yang satu dengan yang lainnya dari jarak yang berjauhan juga dapat dilakukan pada media sosial. Selain sebagai penghubung jarak jauh, media sosial juga dapat sebagai media untuk melakukan suatu transaksi membeli atau menjual sesuatu. Pada produk yang ingin di jual, tentu saja ada berita atau informasi yang disebutkan dalam definisi di atas, bukan hanya dalam bentuk gambar atau video, tetapi juga dalam bentuk pengalaman, pengamatan, pendapat, berita dan wawasan, yang dapat disebarkan kepada orang lain. Ada dua contoh yang akan diberikan kepada pelaku usaha yaitu pembuatn instagram dan facebook.

a. Media Instagram

Instagram adalah suatu platform media sosial yang saat ini sangat digandurngi kaula muda. Mempunyai tingkat penggunaan kedua, dengan lebih dari 59% penggunanya berusia anak muda dengan rentan umur 18-29 tahun menggunakan Instagram[6]. Media sosial ini juga memiliki beberapa keunggulan menarik dari segi fungsi dan tampilan, yang dapat menarik perhatian pengguna Instagram. Aplikasi ini sangat membantu butik naomi untuk memnampilkan foto dan video produk dengan penggemar mereka. Foto dan video dapat diberikan keterangan dari suatu produk yang di posting, sehingga produk dari butik Naomi dapat menarik dan populer, dan disediakan tagar sebagai tag kategori untuk foto atau video sehingga dapat dengan mudah dicari. Dari pelatihan yang diberikan, butik Naomi telah membuat instragram seperti terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Halaman Depan Instagram Butik Naomi

b. Media Sosial Facebook

Facebook telah menjadi salah satu metode komunikasi tepercaya dalam kehidupan sehari-hari, dan bahkan dalam melakukan penjualan di facebook. Selain itu, Facebook selalu mempromosikan dan menyediakan media komunikasi audio visual sehingga dapat memenuhi kebutuhan satu orang untuk memahami, memahami dan menyampaikan informasi kepada orang lain dengan murah, mudah dan cepat [7]. Dengan adanya kegiatan penelitian ini butik naomi dapat di bantu dalam memasarkan produknya di facebook dengan membuat akun penjualan pada facebook, membuat tampilan yang menarik untuk menarik perhatian pembeli, serta menambahkan foto dan video dari produk butik naomi untuk membuat pengikut tertarik dengan produk yang kita tawarkan. Dengan adanya media sosial di harapkan banyak masyarakat luas yang semakin mengenal UMKM ini dan memperluas pemasaran dari produk butik naomi. Dari pelatihan yang diberikan, butik Naomi telah membuat favebook seperti terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. Tampilan Depan Facebook Butik Naomi

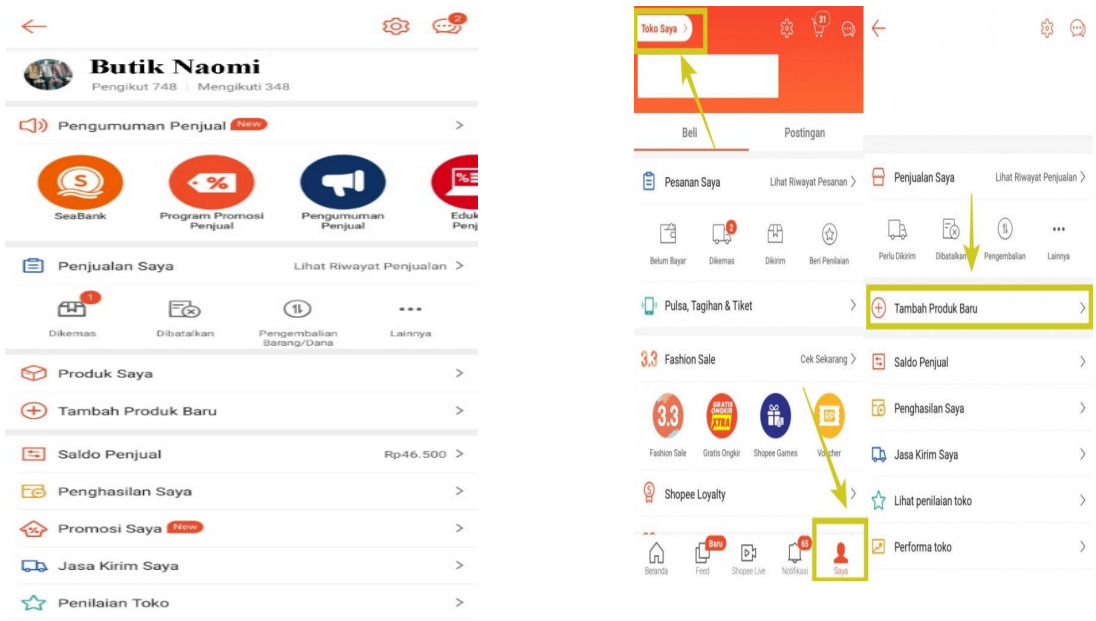
Selanjutkan team akan memberikan pelatihan untuk membyat akun toko yang bersinergi dengan platform e-commerce shopee dan toko pedia.

Pembentukan Akun Toko

Aplikasi penjualan berbasis website merupakan hal yang popular saat ini, selain dapat melakukan transaksi jual beli secara online dapat juga digunakan sebagai sarana promosi. yang di peroleh dari berbagai sumber dan tempat yang berbeda juga di sebut sebagai Commercial center atau marketplace. Menurut jimmy, dkk mengatakan bahwa Marketplace merupakan adalah pasar virtual, tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi [8]. Dengan adanya pusat komersial setiap orang dapat melakukan aktivitas jual beli dengan mudah, cepat dan murah karena tidak ada batas ruang, jarak dan waktu[9]. Di masa pandemi saat ini, semua orang diminta agar selalu berada di rumah agar mengurangi penyebaran virus.
Dengan perkembangan pemasaran secara online atau sering di sebut juga dengan e-commerce, yang dimana e-commerce sangat membantu dalam jual beli online melalui pasar yang telah mempermudahkan pembeli dan penjual untuk bertransaksi secara online. Penjual dan pembeli tidak perlu keluar untuk berjualan ataupun berbelanja suatu produk, cukup hanya melakukan transaksi secara online. Kegiatan penelitian ini telah membuat beberapa toko online pada shopee ataupun tokopedia yang dimana dapat agar mempermudah butik Naomi dalam memasarkan produknya. Berikut ini ada beberapa marketplace yang digunakan oleh Butik naomi:

Shopee
Salah satu aplikasi penjualan berbasis online yang paling terkenal adalah shopee. Shopee merupakan salah satu dari sekian banyak platform e-commerce yang memiliki berbagai fitur

unggulan untuk digunakan dalam transaksai secara online. Platform ini pertama kali dirilis tanah air pada tahun 2015 dan pada saat ini menjadi menjadi media dengan rating tertinggi sebagai e-commerce di Indonesia [10]. Kelebihan menggunakan akun shopee adalah mudah diakses dengan handphone atau smartphone. Pada shoppe penjual sangat di untungkan terutama tidak ada komisi atau biaya dalam membuat akun shopee, tidak adanya biaya pada saat pendaftaran atau pembuatan akun, serta penjual juga dapat membuat iklan dengan membayar pada marketplace sesuai membeli iklan berbayar sesuai keinginan mereka.



Gambar 4. Tampilan Toko Penjualan pada Shoppe

Langkah-langkah pembuatan toko pada Shoppe :

a. Daftar Akun Shopee
b. Lengkapi Profil Toko
c. Seperti nama toko, deskripsi toko atau photo profil toko
d. Tentukan Jasa Kirim
e. Tambahkan Rekening Bank
f. Masukkan Produk yang akan di jual

a. Tokopedia

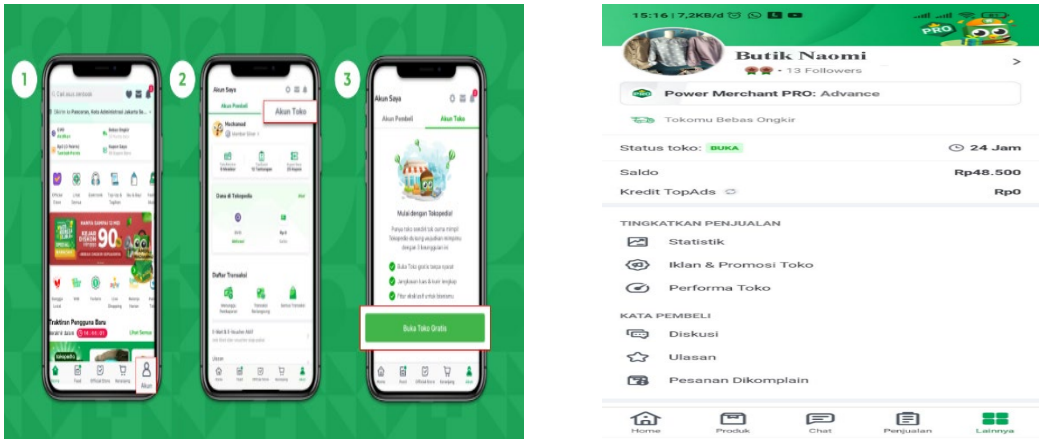
E-commerce ke dua yang sangat terkenal di indonesia setelah shopee adalah tokopedia. Tokopedia membantu penjual dalam mempromosikan atau membantu masyarakat indonesia dalam berjualan atau bertransaksi secara online. Dan tokopedia juga dapat membantu UMKM kecil dalam mempromosikan produk mereka secara luas. Oleh karena itu, diharapkan melalui penjualan pada tokopedia, Butik Naomi dapat memperluas pemasaran serta penjualan sehingga memperoleh hasil yang maksimal penjualan secara online.

Langkah – langkah pembuatan akun toko pada Tokopedia :

1. Buka aplikasi Tokopedia dan pilih ‘Akun’

2. Lalu silahkan pilih ‘Akun Toko’
3. Lalu Anda akan diarahkan pada halaman buka toko dan anda dapat memilih ‘Buka Toko Gratis’.
4. Tulis anda dapat menuliskan nama toko anda.
5. Lalu anda akan di minta untuk memasukkan alamat toko anda yang benar dan lengkap.
6. Dan sekarang toko anda pada tokopedia sudah jadi.

Selanjutnya hasilnya dapat dilihat pada gambar 5



Gambar 5. Tampilan Toko Penjualan pada Tokopedia

Pelatihan tersebut diberikan secara mudah dan tidak memerlukan waktu yang lama, sehingga tidak menggagu aktivitas Butik Naomi. Dari hasil pelatihan tersebut dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha, diantaranya :

1. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi bagi pelaku usaha Butik Naomi.
2. Pembuatan akun e-commerce bertujuan untuk ini dapat memperluas pasar penjualan, dikarenakan promosi dilakukan secara online oleh pemilik UMKM Butik Naomi.
3. Kegiatan yang diberiakn semuanya secara online dan akan memberikan kemudahan bertransaksi, efisiensi biaya dan tentukan promosi Butik Naomi terbantu adanya media sosial dan e-commerce.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan data tentang menyelidiki dan pembahasan tersebut, itu bisa diperoleh kesimpulan yaitu,

Pertama, dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibagi menjadi 2 kegiatan, yaitu:

1. Pelatihan penggunaan *e-commerce* melalui pasar penjualan online,
2. Membantu dalam menggunakan akun penjualan online
3. Pembuat akun media sosial instagram dan facebook sebagai media promosi

Hasil yang diperoleh atau yang sudah digapai dalam gerakan pengabdian kepada masyarakat yang bermanfaat ini yaitu Butik Naomi dapat melakukan promosi dan memperluas penjualan transaksi berbasis online melalui pasar online.
Keuntungan menerapkan penjualan online adalah semua proses otomatis, yang memfasilitasi transaksi dan tinjauan penjualan. Selain itu keefesien pembiayaan dan keefektifan dalam waktu tercipta karena semua sudah di jalankan secara online.

Saran

Saran yang diperoleh peneliti dari hasil kegiatan ini adalah sebagai berikut

1. Merekrut seseorang yang khusus untuk mengakses *e-commerce*, sehingga mereka bisa mendapatkan manfaat terbaik dalam proses promosi dan transaksi
2. Berlangganan layanan Internet yang dipasang di rumah untuk membuat akses Internet lancar dan stabil

E. DAFTAR PUSTAKA

[1] A. Aco and A. H. Endang, "Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar," *J. Tek. Inform.*, vol. 2, pp. 1–13, 2017.

[2] L. D. Ummah, "Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management," *Nuansa Inform.*, vol. 12, no. 2, pp. 10–17, 2018, doi: 10.25134/nuansa.v12i2.1350.

[3] M. C. P. Sumurung, V. Ilat, and S. K. Walandouw, "Analisis Pengendalian Penerimaan Dan Pengeluaran Kas Pada Pt. Manado Media Grafika Control Analysis of Cash Receipts and Payments on Pt. Manado Media Grafika," *Anal. Pengendali. Penerimaan… J. EMBA*, vol. 259, no. 4, pp. 259–268, 2015.

[4] U. Shidiq and M. Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, vol. 53, no. 9. 2019.

[5] A. W. Purbohastuti, "Vol. 12, No. 2, Oktober 2017," *Ekonomika*, vol. 12, no. 2, pp. 212–231, 2017.

[6] B. C. Sakti and M. Yulianto, "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja," *Interaksi-Online*, vol. 6, no. 4, pp. 1–12, 2013, [Online]. Available: https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21950.

[7] A. Resvitayani, "Majas Sarkasme dalam Penulisan Komentar pada Grup Facebook "Cicak VS Buaya"," pp. 1–7, 2010, [Online]. Available: http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/8447.

[8] Hutauruk, "Analisis Dan Perancangan Aplikasi Marketplace Cinderamata Khas Batak Berbasis Android," *J. Method.*, vol. 3, no. 1, pp. 242–246, 2017.

[9] R. Yustiani and R. Yunanto, "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Ilmiah Komputer," *J. Ilm. Komput. dan Inform.*, vol. 6, no. 2, pp. 43–48, 2017.

[10] G. Pratama, "Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19," *Ecopreneur J. Progr. Stud. Ekon. Syariah*, vol. 1, no. 2, pp. 21–34, 2020, [Online]. Available: http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/ecopreneur/article/view/130.