

PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE KEPADA UMKM CAFE MINI DI WILAYAH JAKARTA TIMUR

Rutinaias Haholongan¹, Rekha Junianinda², Riska Fadhila³, Intan Putri Octaviani⁴, Zainab⁵,
Achmad Saechu⁶

^{1,2,3,4,5,6} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

e-mail: rutinaias@gmail.com¹, anindaarekha@gmail.com², riskafad23@gmail.com³,
putriintan1211@gmail.com⁴, enabjo@gmail.com⁵, ahmadsaechu324@gmail.com⁶

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini memberikan motivasi bagi masyarakat sebagai upaya meningkatkan pendapat bagi para pelaku usaha kecil menengah (UKM) melalui penerapan meningkatkan penggunaan e-commerce sebagai strategi untuk meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha kecil menengah (UKM). Dalam era digital saat ini, e-commerce telah menjadi salah satu alat yang sangat penting bagi UKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, masih banyak pelaku UKM yang belum memanfaatkan potensi penuh e-commerce ini. Penyuluhan dianggap sebagai salah satu solusi untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mereka tentang manfaat serta cara efektif menggunakan platform e-commerce. Pendekatan penyuluhan yang efektif dalam memberikan informasi tentang konsep e-commerce, strategi pemasaran online, manajemen bisnis elektronik, dan aspek keamanan transaksi online kepada pelaku UKM. Dengan menyediakan pelatihan, panduan praktis, penyuluhan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kepercayaan pelaku UKM dalam mengadopsi dan mengelola bisnis mereka melalui e-commerce.

Kata kunci: : Aplikasi E-Commerce, Pelatihan, UMKM, Café Mini

Abstract

This community service provides motivation for the community as an effort to increase the opinion of small and medium enterprises (SMEs) through the implementation of increasing the use of e-commerce as a strategy to increase income for small and medium enterprises (SMEs). In the current digital era, e-commerce has become a very important tool for SMEs to expand their market reach. However, there are still many SMEs who have not utilized the full potential of e-commerce. Extension is considered as one solution to increase their awareness and understanding of the benefits and effective ways of using e-commerce platforms. an effective outreach approach in providing information about e-commerce concepts, online marketing strategies, electronic business management, and security aspects of online transactions to SMEs. By providing training, practical guidance, counseling aims to increase the skills and confidence of SMEs in adopting and managing their business through e-commerce.

Keywords: E-Commerce Applications, Training, MSMEs

PENDAHULUAN

Penyuluhan dan pelatihan E-commerce akan membawa dampak signifikan dalam usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) salah satu implementasi teknologi yang memperlihatkan potensi besar untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah melalui aplikasi E-Commerce. Diwilayah Jakarta Timur, UMKM menjadi pilar ekonomi yang vital, namun seringkali dihadapkan ada tantangan penjualan dan jangkauan pasar. Penyuluhan dan Pelatihan penggunaan aplikasi e-commerce menjadi strategi yang relevan dan penting untuk mengatasi tantangan tersebut. Melalui pendekatan ini, UMKM diwilayah tersebut dapat memahami dan memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan. Potensi dan Peran Usaha mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai motor penggerak ekonomi di wilayah Jakarta Timur, tantangan yang di hadapi UMKM dalam memasarkan produknya, dan keterbatasan akses pasar serta promosi terbatas.

Kegiatan bisnis yang dilakukan dengan memanfaatkan media internet. Perkembangan sistem e-commerce ini sudah semakin meningkat, dapat dilihat dari banyaknya pengguna e-commerce dari tahun ketahun. Bahkan seiring berkembangnya sistem informasi munculah mobile commerce yang merupakan subset dari e-commerce. Mobile commerce merupakan proses transaksi atau kegiatan bisnis yang terjadi melalui perangkat mobile. Dari zaman ke zaman berbelanja (Shopping) merupakan salah satu kegiatan sehari – hari yang dilakukan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan

memanfaatkan perkembangan teknologi sekarang ini, kegiatan tersebut dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja seperti berbelanja melalui online shop yang diakses melalui berbagai macam device seperti Smartphone ataupun komputer. Tetapi bagi sebagian orang yang memiliki aktivitas yang padat, tidak memiliki banyak waktu luang dan selalu bergerak, berbelanja merupakan kegiatan yang sulit untuk dilakukan. Selain itu konsumen juga menganggap kegiatan tersebut masih kurang praktis karena mengharuskan konsumen untuk mengakses website, mengetikkan alamat website pada browser, memilih menu, dan memutuskan untuk membeli atau tidak.

Dengan permasalahan yang dihadapi tersebut maka perlu adanya pengenalan konsep aplikasi e-commerce sebagai solusi yang dapat meningkatkan daya saing UMKM dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Alasan penting Penyuluhan aplikasie commerce yang efektif, dengan meningkatkan kesadaran dan pemahaman kepada pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam pemahaman tentang potensi dan pemanfaatan e commerce.

METODE

Untuk mencapai tujuan pengabdian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode penyuluhan. Dengan metode ini kegiatan dilakukan dalam bentuk penyampaian materi dan diskusi. Rancangan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan penyuluhan diawali dengan memperkenalkan Program Fakultas dan Program Studi.
2. Penyuluhan: Memberikan pengetahuan tentang aplikasi shopeefood yang dapat digunakan dalam proses penjualan produk secara digital.
3. Pada metode penjelasan, pembicara akan menyampaikan materi terkait.
4. Narasumber dalam menyampaikan penjelasan juga memasukkan unsur sharing atau berbagi pengalaman mengenai penggunaan e-commerce.
5. Metode yang digunakan pada program kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
6. Dalam kegiatan ini metode yang digunakan adalah metode penjelasan, sharing, tanya jawab dan edukasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada tanggal 01 Maret 2024 di Wilayah Jakarta Timur, tepatnya di wilayah RT.7/RW.16 Cipinang Jagal Kec.Pulogadung, yang hadir oleh pemilik usaha dari Cafe Mini. Dimana pemilik café ini adalah ibu rumah tangga yang memiliki usaha kecil dan ingin berniaga dalam marketplace seperti shopeefood. Dari pengamatan kami pemilik cafe ini belum mengetahui cara penggunaan shopeefood didunia perniagaan.

Bagaimana cara mendaftar shopeefood di aplikasi shopee partner, membuat atau mengupload produk dan lain sebagainya. Kegiatan penyuluhan diawali dengan memperkenalkan Program Fakultas dan Program Studi. Lalu dilanjutkan memberikan pengetahuan tentang aplikasi shopeefood yang dapat digunakan dalam proses penjualan produk secara digital. dan kegiatan uji coba langsung dilakukan sehingga bersifat workshop. Adapun hasil yang didapat dalam pengabdian masyarakat ini adalah membuat pemilik cafe mampu menggunakan marketplace bukan hanya mempunyai offline store saja tetapi juga mempunyai online store.

Adapun hasil lain yang didapat adalah:

1. Meningkatkan pengetahuan pemilik usaha di wilayah Jakarta Timur melalui manfaat marketplace.
 2. Meningkatkan pemahaman dan kompetensi dalam bidang teknologi khususnya manfaat dari marketplace untuk peningkatan penjualan dan mempromosikan barang yang akan dijual
- Peralihan gaya hidup menjadi lebih digital membuat e-commerce menjadi salah satu sarana yang diminati oleh para pelaku usaha maupun pembeli, yaitu dengan tidak harusnya bertemu secara tatap muka satu sama lain namun tetap bisa untuk mendapatkan produk yang diminati. E-commerce memegang peran penting pada saat ini tentu saja memiliki manfaat dalam membantu meningkatkan pembeli, memperluas bisnis, tempat promosi yang mudah, dan kecepatan menyampaikan informasi dan komunikasi kepada pelanggan.



Gambar 1 Sesi Foto Bersama

Dalam sesi terakhir melakukan penutupan Pelatihan penggunaan aplikasi E-commerce kepada UMKM café mini di wilayah Jakarta Timur yang sudah di dengar oleh peserta bertujuan untuk mencari peluang dengan memanfaatkan teknologi e-commerce yaitu shopeefood agar dapat meningkatkan pendapatan UMKM café mini di Jakarta Timur.

SIMPULAN

Pembuatan e-Commerce yang telah dilakukan memberikan kemudahan kepada pengguna untuk menampilkan produk yang dihasilkan Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). e-Commerce ini menampilkan iklan produk UKM secara online, serta dapat diakses dengan internet, artinya aplikasi e-Commerce berbasis mobile web dan google maps dapat di akses kapan saja dimana saja untuk melakukan transaksi ketersediaan barang yang akan dipasarkan.

SARAN

Penerapan aplikasi e-Commerce untuk UMKM dengan memberikan pengarahan untuk melakukan pengolahan aplikasi, menambah dan mengubah produk sehingga UMKM dapat mandiri menggunakan aplikasi e-Commerce serta dapat meningkatkan pemasaran produk secara global dan tak terikat waktu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pengampu Mata Kuliah E-commerce yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini

DAFTAR PUSTAKA

- A Burda, S Khaerullah, R Haholongan.(2021).Cara Bijak Menggunakan Media Sosial Pada SMK NEGERI JAKARTA Timur, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (ABDIMAS) UNIVERSITAS BATURAJA 2 (1), 86-90
- Anggraini, Oktiva Dan Supriyanto. (2019). Literasi Digital: Suatu Kemewahan Bagi UMKM Periklanan Di Era Industri 4.0. Prosiding Seminar Dan Lokakarya Kualitaatif Indonesia. 117-126
- Ascharisa Mettasatya Afrilia. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157.
- E Elvira, UN Kholifah. R Haholongan (2023). Strategi perusahaan untuk meningkatkan karir karyawan: manajemen pengetahuan, persepsi keterampilan, persepsi sikap, dan motivasi kerja Inovasi: *Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen* 19 (2), 349-358
- G Syamsuar, SH Sakti, B Pratama, IA Husen, R Haholongan (2023).Counseling on Transportation Logistics Curriculum Level III Jabodetabek Region Entrepreneurship and Community Development 1 (1), 24-30
- Haholongan R, AL Diana. (2021).Dampak Makro Ekonomi Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan Di Indonesia. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8 (2), 138–143-138–143
- K Krisnando, R Haholongan,(2019).Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Integrated Bisnis Simulator (IBS) pada Guru SMK di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pangabdh* 5 (1)
- Kim, H. and Lennon, S. (2001). E-atmosphere, Emotional, Cognitive, and Behavioral Responses. *Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol. 14 No. 3, pp. 412-38.

- Magrath, V dan McCormick, H. (2013). Marketing Design Elements of Mobile Fashion Retail apps. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*. Vol. 17 Issue: 1, pp.115-134.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Riduwan, Iwan Muhammad; Fauzi, Abdurahman; Aisyah, Isah; Susilawati; Sofyan, Iwan. (2019). Penerapan Digitl Marketing Sebagai Peningkatan Pemsaran Pda UMKM Warung ngkringn “WGE” Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*. Vol.2 No. Februari. Hal 37- 142.
- R Haholongan, R Kananto, S Fazreen, DR Putri, AD Hapsari, N Nirmalisa, N.Septiana (2024).Penyuluhan Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Kepada Pelaku Usaha Ikan Hias Jatinegara. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5 (2), 3223-3227
- R Haholongan (2016) Kinerja lingkungan dan kinerja ekonomi perusahaan manufaktur go public.*Jurnal ekonomi dan bisnis* 19 (3), 413
- R Haholongan.(2019).Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Melalui Perilaku Hidup Sehat Dan Bersih Pada Anak Dan Pengelola Panti Asuhan Tebet. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 7 (1), 101-107
- RP Dewi, K Krisnando, B Pratama, R Haholongan, T Prasetyo, A Aliyah. (2024). Penyuluhan Teknologi E-Comerce Dalam Perkembangan UMKM Street Food Di Rawamangun .*MAJU: Indonesian Journal of Community Empowerment* 1 (2), 40-46