

Pelatihan E-Commerce dan Marketplace Bagi Masyarakat Muda Desa Dasan Baru Kediri

Valian Yoga Pudya Ardhana^{1*}, M. Dermawan Mulyodiputro¹

¹Universitas Qamarul Huda Badaruddin

valianypa81@gmail.com, m.dermawan.m@gmail.com

Abstrak

Teknologi informasi yang terus berkembang memberikan dampak positif bagi seluruh bidang perekonomian untuk meningkatkan daya saing bagi pelaku bisnis. Bisnis online atau ecommerce merupakan trend masa kini yang tidak dapat dipungkiri merupakan peluang bagi pelaku bisnis dengan memanfaatkan media internet untuk melakukan kegiatannya dimanapun dan kapanpun tanpa dibatasi dengan tempat maupun waktu. Kemajuan teknologi saat ini dapat memanfaatkan peranan internet dan perangkat mobile yang dimiliki untuk mengembangkan usaha yang dimiliki secara online sehingga memungkinkan pencapaian pangsa pasar yang lebih luas. Maka dari itu, dilakukan pelatihan e-commerce dan marketplace di Desa Dasan Baru Kediri, dimana pesertanya adalah para masyarakat muda yang berdomisili di Desa Dasan Baru. Tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah masyarakat muda pada wilayah Desa Dasan Baru Kediri mempunyai pengetahuan konsep usaha online dan memanfaatkan marketplace berbasis internet untuk memaksimalkan pemasaran usahanya. Dengan pelatihan yang dilaksanakan, maka para peserta dapat mempraktekkan langsung pada komputer masing-masing atau gadget yang dimiliki, tentang fitur pada marketplace, dan saran untuk kemajuan usaha online yang diberikan. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini mendapatkan respon positif baik dari peserta maupun masyarakat Desa Dasan Baru pada umumnya. Peserta mengikuti pelatihan dengan antusias dan termotivasi untuk melakukan usaha secara online mengikuti trend era digital saat ini.

Kata Kunci: Pelatihan, E-commerce, Marketplace, Desa Dasan Baru

Abstract

Information technology that continues to develop has a positive impact on all sectors of the economy to increase the competitiveness of business people. Online business or e-commerce is a current trend that cannot be denied as an opportunity for business people by utilizing internet media to carry out their activities anywhere and anytime without being limited by place or time. Advances in technology today can take advantage of the role of the internet and mobile devices that are owned to develop businesses that are owned online so as to enable achieving a wider market share. Therefore, e-commerce and marketplace training was conducted in Dasan Baru Village, Kediri, where the participants were young people who live in Dasan Baru Village. The purpose of this training activity is that young people in the Dasan Baru Kediri Village area have knowledge of online business concepts and utilize internet-based marketplaces to maximize their business marketing. With the training carried out, the participants can practice directly on their respective computers or gadgets, about the features on the marketplace, and the suggestions for progressing online businesses that are given. The implementation of this community service received a positive response from both the participants and the people of Dasan Baru Village in general. Participants took part in the training enthusiastically and were motivated to do business online following the current trend of the digital era.

Keywords : Training, E-Commerce, Marketplace, Dasan Baru Village

DOI: <https://doi.org/10.57119/abdimas.v2i1.19>

*Correspondensi: Valian Yoga Pudya Ardhana

Email: valianypa81@gmail.com

Received: 01-01-2023

Accepted: 05-02-2023

Published: 06-02-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright: © 2023 by the authors.

I. PENDAHULUAN

Era disrupsi menuntut setiap orang untuk dapat bekerja secara digital (Kumoro et al., 2021). Teknologi informasi yang terus berkembang memberikan dampak positif bagi seluruh bidang perekonomian untuk meningkatkan daya saing bagi pelaku bisnis (Ardhana et al., 2022). Layanan penyimpanan data berbasis internet atau disebut cloud sedang menjadi trend teknologi global, cloud yang menawarkan skalabilitas tanpa batas menjadi sangat handal (Ardhana et al., 2021). Bisnis online atau ecommerce merupakan trend masa kini yang tidak dapat dipungkiri merupakan peluang bagi pelaku bisnis dengan memanfaatkan media internet untuk melakukan kegiatannya dimanapun dan kapanpun tanpa dibatasi dengan tempat maupun waktu. Kemajuan teknologi saat ini dapat memanfaatkan peranan internet dan perangkat mobile yang dimiliki untuk mengembangkan usaha yang dimiliki secara online sehingga memungkinkan pencapaian pangsa pasar yang lebih luas (Khasanah et al., 2020). Bisnis online bahkan telah merambat ke segmen mahasiswa dan kalangan pelajar. Karena memang tidak diperlukan banyak persyaratan administrasi layaknya toko-toko retail (Mustomi et al., 2020). Remaja merupakan generasi penerus bangsa yang butuh perhatian. Cara berfikir dan faktor eksternal dapat mempengaruhi sifat dan dapat menimbulkan kenakalan remaja. Dengan perkembangan dunia teknologi yang sangat pesat yang memungkinkan dunia dalam genggaman saja jika sudah terhubung dengan internet, yang memiliki dampak positif maupun negatif sehingga perlu adanya pembinaan dalam penggunaan internet (Rohmah et al., 2022). Masyarakat muda atau yang lebih dikenal dengan remaja di Desa Dasan Baru Kediri masih belum mampu memanfaatkan waktu luangnya untuk kegiatan-kegiatan positif terlebih lagi yang memiliki usaha. Belum adanya sosialisasi atau pelatihan-pelatihan bagi para remaja Desa Dasan Baru Kediri yang belum dapat menumbuhkan motivasi untuk memulai usaha. Sehingga diperlukan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan usaha di era digital bagi para remaja khususnya di Desa Dasan Baru Kediri.

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah model bisnis yang memungkinkan perusahaan atau individu bisa membeli atau menjual barang melalui internet (*online*). Hampir semua produk, termasuk jasa, tersedia di internet dari mulai makanan, musik, buku, produk rumah tangga, tiket pesawat, investasi bisa dibeli lewat *e-commerce*. Itu sebabnya, kemajuan teknologi perdagangan elektronik ini dianggap sebagai disrupsi ekonomi. Sarana *e-commerce* sendiri sangat beragam dari mulai televisi, telepon, dan internet. Sehubungan dengan kurangnya edukasi mengenai dunia *e-commerce* dan sistemnya pada masyarakat desa, program ini akan setidaknya membuat mereka tahu tentang *e-commerce* dan bisa membukakan jalan yang lebih dalam ke dunia investasi. Sosialisasi konsumen melalui komunikasi menggunakan situs media sosial telah menjadi masalah pemasaran yang penting melalui pengembangan dan peningkatan popularitas media sosial (Saputra et al., 2022). Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Apriadi, 2017). Penjual tidak perlu bersusah payah dan kebingungan jika ingin berjualan online, karena marketplace sudah menyediakan tempat untuk berjualan online. Maka dari itu, pelatihan *e-commerce* dan marketplace bagi masyarakat muda dapat meningkatkan daya saing masyarakat di era digital.

Ekonomi digital di Indonesia sendiri terutama didorong oleh mereka yang lahir di atas tahun 1990 yang secara aktif mengadaptasi teknologi digital dan lebih banyak menghabiskan waktu di internet (Sirclo,

2020). Data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) mengungkapkan, pertumbuhan e-commerce di Indonesia meningkat tajam, 91% selama pandemi. Sementara, penetrasi pengguna internet juga melonjak 73,7% (Hidayat, 2021). Sebagai salah satu pilar utama dalam perkembangan perekonomian negara, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mampu membuktikan ketahanannya ketika terjadi krisis ekonomi. Kehadiran e-commerce dianggap sebagai salah satu kanal dagang utama bagi UMKM, dengan cakupan penjualan yang luas hingga internasional dan target pasar yang lebih spesifik (Rina et al., 2021)

II. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 1. Flowchart Metode Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada Gambar 1 dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Tahap Persiapan

Menentukan judul dan tema dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tema *e-commerce* dan *marketplace* diambil penulis karena mengikuti trend yang ada serta dinilai mampu memberikan alternatif pekerjaan bagi masyarakat muda Desa Dasan Baru Kediri untuk mengatasi permasalahan yang ada.

b. Tahap Pra-kegiatan

Membentuk tim yang terdiri dari 2 orang dimana dalam tahapan ini terdiri dari penyusunan proposal kegiatan dan survei lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat

c. Tahap Pelaksanaan

Penyampaian materi seputar E-Commerce dan Marketplace berupa presentasi melalui powerpoint. Penayangan video pembelajaran dan tutorial dalam menggunakan salah satu marketplace. Praktek membuat akun google yang kemudian melakukan pendaftaran pada marketplace shopee. Sesi terakhir yaitu pengisian kuesioner oleh peserta terkait pemahaman dan kepuasan selama kegiatan berlangsung.

d. Tahap Evaluasi

Dari hasil penilaian kuesioner yang diperoleh menunjukkan bahwa dari sisi kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan dan manfaat dari materi yang disampaikan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memperoleh nilai rata-rata setuju dan puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah diselenggarakan.

e. Tahap Pascakegiatan

Penyusunan laporan kegiatan serta penyusunan jurnal pengabdian kepada masyarakat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian pada masyarakat dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dengan penyampaian materi e-commerce dan marketplace yang berupa presentasi menggunakan powerpoint. Selain itu tim pengabdian kepada masyarakat juga menayangkan video pembelajaran dan tutorial dalam penggunaan salah satu marketplace.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan di kantor desa dasan baru Kediri dan peserta kegiatan pelatihan ini adalah masyarakat muda yang berdomisili di desa dasan baru Kediri. Jumlah peserta berjumlah 30 orang yang terdiri dari laki-laki dan perempuan seperti yang terlihat pada Gambar 2. Waktu pelaksanaan pelatihan dilakukan 1 hari mulai 08.00 sampai 16.00.



Gambar 2. Peserta Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tujuan dari kegiatan pelatihan ini yaitu masyarakat muda pada wilayah Desa Dasan Baru Kediri mempunyai pengetahuan konsep usaha online, dan memanfaatkan marketplace berbasis internet untuk memaksimalkan pemasaran usahanya. Dengan pelatihan yang dilaksanakan, maka para peserta dapat mempraktekan langsung pada komputer masing-masing atau gadget yang dimiliki, tentang fitur pada marketplace, dan saran untuk kemajuan usaha online yang diberikan.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini mendapatkan respon positif baik dari peserta maupun masyarakat Desa Dasan Baru pada umumnya. Peserta mengikuti pelatihan dengan antusias dan termotivasi untuk melakukan usaha secara online mengikuti trend era digital saat ini. Hal ini terlihat pada hasil kuesioner peserta yang dilakukan di akhir kegiatan.

IV. KESIMPULAN

Dari kegiatan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa dari hasil kuesioner yang dilakukan pada akhir kegiatan, masyarakat muda Desa Dasan Baru Kediri memperoleh pengetahuan tentang marketplace dan e-commerce, mencoba beberapa langkah pemasaran produk secara online, memanfaatkan fitur pada marketplace, untuk mengembangkan area pemasaran secara online. Hal ini akan menambah penjualan masyarakat muda di wilayah Desa Dasan Baru Kediri, serta memaksimalkan pemasaran produk atau jasa dari usaha masyarakat melalui marketplace online.

Selain itu, masyarakat muda pada wilayah Dsea Dasan Baru Kediri memperoleh wawasan pengenalan marketplace dan e-commerce serta memaksimalkan usaha mereka melalui dunia maya, membantu mitra pengabdian kepada masyarakat dalam mewujudkan dari misi Desa Dasan Baru Kediri. Selain itu juga, dosen dan mahasiswa juga dapat berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada masyarakat sekitar

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Kepala Desa Dasan Baru Kediri dan perangkat desa yang telah memberikan fasilitas kepada tim pengabdian kepada masyarakat dalam melaksanakan kegiatan, begitu juga masyarakat Desa Dasan Baru yang sangat antusias terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, Deni dan Saputra, A. Y. (2017). ECommerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI* Vol. 1 No. 2. Lubu
- Ardhana, V. Y. P., Sapi'i, M., & Mulyodiputro, M. D. (2021). Web Based UCloud Application Using CodeIgniter Framework. *SainsTech Innovation Journal*, 4(1), 126-129.
- Hidayat, Feriawan. (2021). Industri E-Commerce Raup Untung di Masa Pandemi. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/727253/industri-ecommerce-raupuntung-di-masa-pandemi> . Diakses tanggal 3 September 2022



-
- Irawati, R & Prasetyo, B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 6 No. 2
- Kumoro, D. T., Hasanah, U., & Ardhana, V. Y. P. (2021). Pelatihan Desain Grafis Bagi Santri Pondok Pesantren Pabelan. *Bakti Sekawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 13-16.
- Mustomi, D., Azizah, A., Puspasari, A., Prodi,), Bisnis, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bina, U., Informatika, S., Akuntansi, P., & Artikel, R. (2020). PENGENALAN BISNIS ONLINE KEPADA ANAK ANAK YAYASAN RUMAH HARAPAN DENGAN DEMONSTRATION METHOD INFO ARTIKEL ABSTRAK. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(1), 84– 90.
- Nidaul Khasanah, F., Herlawati, Samsiana, S., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51– 62. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>
- Rohmah, N & Hidayatullah, S. (2022). Workshop Bisnis Online sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi di Era Pandemi COVID-19 pada Warga Pulogadung. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)* Vol. 2, No. 1 Hal. 391-396
- Saputra, J., Ardhana, V. Y. P., & Afriansyah, M. (2022). Komunikasi Media Sosial dan Dampak Terhadap Niat Pembelian Konsumen. *SainsTech Innovation Journal*, 5(1), 192-200.
- Sirclo. (2020). Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat. <https://www.sirclo.com/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/> . Diakses tanggal 3 September 2022
- Valian Yoga Pudya Ardhana, & M. Dermawan. Mulyodiputro. (2022). Pelatihan Pengenalan Internet Dan Microsoft Office Bagi Siswa SMP Al Mutmainnah. *Bakti Sekawan : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 71-74. <https://doi.org/10.35746/bakwan.v2i1.247>