

PENERAPAN APLIKASI E-COMMERCE PADA PENJUALAN PRODUK UMKM KECAMATAN PENAJAM KABUPATEN PENAJAM PASER UTARA

¹Andi Syarifuddin, ²Satryawati, ²Johan Lucas Away

¹Politeknik Negeri Samarinda

²Politeknik Negeri Samarinda

³Politeknik Negeri Samarinda

e-mail korespondensi: andisyarifuddin@polnes.ac.id

Abstrak

Penerapan aplikasi E-Commerce pada penjualan produk UMKM bertujuan untuk: 1). Memberikan pola pikir yang berkembang dalam pengelolaan usaha yang dijalankan para anggota UMKM, 2) meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menjalankan usaha, 3) mendorong pengembangan system penjualan secara online. E-Commerce sangat penting untuk di aplikasikan dalam proses penawaran dan penjualan produk UMKM secara online yang saat ini cukup pesat perkembangannya, mengingat dengan kemampuan menawarkan dan menjual produk secara digital akan dapat memperluas pangsa pasar yang nantinya dapat berdampak pada meningkatnya omzet penjualan dan keuntungan para pelaku UMKM. Adapun harapan dari pelaksanaan kegiatan PKM ini sebagai berikut; peserta mampu 1) Mengoperasikan aplikasi E-Commerce, 2) mendesain tampilan produk secara digital, 3) membuat social media marketing seperti halnya “Google Bisnisku dan Instagram Bisnis”, 4) meningkatkan pangsa pasar produk. Untuk mencapai harapan tersebut di atas metode pelatihan yang digunakan adalah tatap muka dimana semua peserta akan diberikan pemahaman konsep dasar e-commerce, bagaimana membangun sosial media marketing yang efektif sehingga memudahkan calon konsumen untuk mendapatkan kebutuhannya secara cepat dan tepat.

Kata Kunci: Penerapan, Aplikasi E-Commerce, Media Sosial Marketing

PENDAHULUAN

Kecamatan Penajam adalah salah satu dari 4 kecamatan di Kabupaten Penajam Paser Utara dan memiliki 21 kelurahan dengan jumlah penduduk mencapai 66.853 jiwa. Wilayah kecamatan Penajaam Sebagian besar termasuk dalam wilayah pesisir yang memiliki potensi pengembangan hasil Prikanaan laut yang berupa ikan, udang, dan kepiting. Pemanfaatan dan pengembangan pengolahan hasil laut dapat menciptakan peluang usaha bagi masyarakat mulai dari aspek usaha Makanan ringan dan kebutuhan sehari lainnya seperti kerupuk ikan dan udang serta makanan ringan lainnya.

Jenis usaha yang dilakukan berupa pengolahan makanan dan minuman yang dikembangkan berupa kue kering, kue pasar, kerupuk dan terasi yang sudah sejak lama digeluti oleh masyarakat local dengan memanfaatkan hasil laut dan sumberdaya lainnya yang ada, namun dengan segala keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki dalam pengelolaan usaha yang dijalankan.

Dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuan dalam pengelolaan dan pengembangan usaha, para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), idealnya memang membutuhkan peran dari instansi yang terkait seperti halnya pemerintah dapat mengupayakan peningkatan kemampuan dalam pengelolaan dan pengembangan usaha yang lebih maju. Pada bulan Maret tahun 2002 pemerintah mengeluarkan paket kebijakan untuk memfokuskan pada empat hal yaitu : memberikan pelayanan dan kemudahan bagi UKM, melakukan restrukturisasi UKM, membuka akses pelayanan ke perbankan khusus untuk UKM dan melakukan pembinaan sumber daya manusia yang mengarah pada pengembangan UMK mengingat tingkat pendidikan yang dimiliki rata-rata belum sepenuhnya mendukung dalam menggeluti usahanya

Tingkat Pendidikan Masyarakat, dan keikutsertaan dalam kegiatan pelatihan dapat memperoleh berbagai tambahan ilmu pengetahuan untuk menambah wawasan dan keterampilan khususnya dalam pengelolaan dan pengembangan usaha yang dapat mempengaruhi kemampuan manajerial dalam mengelola usahanya. Dengan adanya kegiatan Pelatihan Masyarakat dapat memperoleh tambahan ilmu pengetahuan yang terkait dengan pengembangan pengelolaan usaha yang lebih maju sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu kebutuhan akan pengetahuan yang diberikan dapat mempermudah dalam menjalankan usahanya meskipun tidak melalui proses belajar secara formal.

Sehingga perlu memperhatikan tentang kemampuan dari sisi apa yang harus diberikan dan dikembangkan ke para pelaku UKM, sehingga pelaku usaha dapat mengoptimalkan segala bentuk kekuatannya dalam membantu kemajuan UKM yang dinilai mampu menjadi bagian dari pembangunan ekonomi bangsa dan negara (Ediraras, 2010). Disisi lain perlu adanya usaha untuk membantu pelaku UKM dalam mengelola administrasi penjualan, melalui pengembangan system penjualan online dengan membangun aplikasi E-commerce sehingga dapat berdampak pada perluasan pasar dan peningkatan omzet penjualan. Dengan begitu pelaku UKM dapat mencapai keuntungan yang maksimal merupakan tujuan secara umum dari UKM. Aktifitas produksi dan penjualan yang lebih maju membutuhkan berbagai sumber daya berupa system penjualan secara digital yang menggunakan berbagai penerapan E-commerce.

Sistem penjualan yang lebih efektif dalam pelaksanaannya tentunya harapan semua pelaku bisnis untuk memperluas pasar dan memperoleh jumlah pelanggan yang banyak sehingga potensi meningkatnya transaksi antar wilayah. Selain itu pelayanan yang memadai dan proses pengiriman yang cepat sehingga dapat mempermudah konsumen untuk berbelanja tanpa harus keluar rumah. Berdasarkan gagasan tersebut perlu dilakukan pelatihan Penerapan Aplikasi E-Commerce kepada pelaku UMKM.

METODE

Adapun metode pelaksanaan PKM ini adalah metode ceramah dan praktek serta diskusi. Tahap pelaksanaan dimulai dari meminta persetujuan dari pihak mitra kemudian menentukan hari pelaksanaan yang telah disepakati Bersama.

PEMBAHASAN

Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat melalui Pelatihan Penerapan Aplikasi E-Commerce Produk UMKM kelurahan Pantai Lango wilayah kecamatan Penajam dilaksanakan pada tanggal 9 September 2023 di Balai Pertemuan Kelurahan Pantai Lango, peserta yang hadir sebanyak 15 orang, di tambah dengan staf bidang pemerinthan 2 orang. Kesungguhan para peserta dapat dilihat dari kehadiran mereka tiba di tempat kegiatan 30 menit sebelum acara di mulai. Materi pelatihan di sampaikan oleh Andi Syarifuddin dibantu dengan 2 orang anggota pengurus dan tim Adbimas. Dalam kegiatan ini harusnya dipantau langsung oleh tim money dari P3M tapi karena tempat pelaksanaan kegiatan jaraknya cukup jauh dari lokasi kampus sehingga pemantau dilakukan secara tidak langsung.

Selama pelaksanaan kegiatan berlangsung semua peserta dengan semangat mengikuti secara seksama materi pelatihan yang sampaikan oleh narasumber. Di sela berlangsungnya acara diselingi dengan pertanyaan yang dilontarkan oleh peserta terkait dengan pentingnya Media Sosial Marketing saat ini untuk memperluas jangkauan penawaran produk bagi pelaku UMKM. Proses diskusi berlanjut terus hingga semua peserta dapat mengerti terkait dengan pertanyaan yang disampaikan. Dengan demikian eksistensi pelatihan Penerapan E-commerce dalam Penjualan Produk UMKM sangat membantu dan memudahkan pelaku bisnis untuk lebih kreatif dalam pengembangan system penjualan dari manual hingga ke penjualan secara online dengan menggunakan Optimalisasi Instagram Bisnis berbasis Ads.

Proses transformasi pembelajaran yang terkait Bisnis digital sangat cepat di serap oleh para peserta. Ada beberapa tujuan yang perlu di ketahui dari penerapan aplikasi e-commerce sebagai berikut:

1. Meningkatkan peluang penjualan: Dengan toko online, produk selalu tersedia setiap saat secara online, sehingga peluang penjualan akan meningkat dan pendapatan tidak bergantung pada jam buka toko.
2. Meningkatkan efisiensi: e-commerce dapat menciptakan efisiensi yang tinggi, murah serta informatif.
3. Meningkatkan kepuasan pelanggan: e-commerce dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat.
4. Meningkatkan cakupan pasar: Dengan adanya e-commerce, perusahaan dapat mencakup pasar yang lebih luas, bahkan hingga global.
5. Meningkatkan kreativitas: e-commerce dapat mendorong kreativitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik.
6. Meningkatkan keuntungan: e-commerce dapat mengurangi biaya layanan (*service cost*) saat meningkatkan kualitas produk dan kualitas kecepatan pengiriman produk tersebut.

Ada beberapa penerapan aplikasi e-commerce sebagai berikut:

1. **Shopee**
Aplikasi e-commerce yang akrab dengan warna orange ini menyediakan berbagai metode pembayaran, seperti transfer, internet banking, m-banking, COD, dan ShopeePay.
2. **Lazada**
Salah satu contoh aplikasi e-commerce atau tempat belanja online berbasis mobile yang menyediakan banyak pilihan produk, terutama di bidang fashion, elektronik, perlengkapan bayi, dan masih banyak lagi.
3. **Tokopedia**
Aplikasi e-commerce yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk secara online. Tokopedia juga menyediakan berbagai metode pembayaran, seperti transfer, internet banking, m-banking, COD, dan Tokopedia Pay.
4. **Blibli**
Aplikasi e-commerce yang menyediakan berbagai produk, mulai dari fashion, elektronik, hingga produk kecantikan. Blibli juga menyediakan berbagai metode pembayaran, seperti transfer, internet banking, m-banking, COD, dan Blibli Pay.

5. Aplikasi e-commerce dalam penjualan produk yang disampaikan pada kegiatan pelatihan hanya sebatas pada penyusunan Google Bisnisku dan Instagram Bisnis. Selain itu juga diberikan proses membangun toko online di Shopee.

Dalam aplikasi E-commerce terdapat beberapa tahap untuk sebagai berikut:

1. Melakukan survey awal
Tahap ini merupakan tahap pertama, dimana pebisnis khususnya pebisnis online harus bisa memberikan informasi yang jelas tentang produknya. Jika menggunakan situs web, kecepatan dalam mengakses situs tersebut harus benar-benar cepat, jika tidak maka akan ditinggalkan konsumen. Selain loading situs web, ketersediaan sebuah produk pada situs tersebut juga dapat mempengaruhi presentase konsumen.
2. Pengembangan aplikasi
Tahap selanjutnya adalah pengembangan suatu aplikasi yang memungkinkan terjadinya transaksinya bisnis secara elektronik (e-commerce).
3. Menentukan metode pembayaran
Tahap ini merupakan tahap yang membahas bagaimana pengalaman konsumen ketika berbelanja secara online. Pengalaman tersebut bisa berupa pengalaman tidak mendapatkan barang yang diinginkan karena masalah pembayaran.
4. Menentukan metode pengiriman
Mengatur logistik dan pengiriman produk kepada pelanggan bisa menjadi tantangan dalam bisnis online. Oleh karena itu, menentukan metode pengiriman yang cepat, aman dan terpercaya menjadi hal yang sangat penting.
5. Menentukan harga produk
Menentukan harga produk yang kompetitif menjadi hal yang sangat penting dalam bisnis e-commerce. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen beralih ke toko lain, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat merugikan bisnis.
6. Mempromosikan produk
Tahap ini merupakan tahap yang membahas bagaimana mempromosikan promosi agar dapat dikenal oleh konsumen. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti media sosial, iklan online dan email marketing.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pre-test dan post test yang telah dilakukan menunjukkan peningkatan nilai yang signifikan dalam pemahaman semua materi penerapan Aplikasi E-commerce khususnya pada Google Bisnisku dan Instagram Bisnis Peserta menunjukkan semangat dan antusias untuk menerima pengetahuan baru. peserta seperti menemukan solusi untuk mengatasi masalah mereka hadapi selama ini dan menjadi kendala dalam penjualan produk secara online, terutama terkait optimalisasi Instagram Bisnis. Disaat acara berlangsung dilakukan tanya jawab, diskusi, konsultasi dan menyampaikan kasus. Dalam evaluasi ini hampir seluruh peserta bertanya terkait dengan masalah yang mereka hadapi yaitu perluasan area pemasaran produk UMKM yang saat ini system penjualan masih manual. Pada umumnya peserta pelatihan baru menyadari bahwa pentingnya pemahaman terkait dengan Aplikasi E-commerce dalam penjualan produk. Tingkat partisipasi peserta dan pemahaman materi dalam kegiatan pelatihan cukup tinggi hal hal ini menunjukkan, bahwa mereka cukup puas baik dari kesesuaian materi yang disampaikan dengan kendala yang mereka hadapi maupun dalam metode penyajian materi yang digunakan cukup menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

1. Akdon. 2006. *Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
2. Alam, Buchari. 2007. *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.
3. Cravens, David W.. 1982. *Strategic Marketing, Richard. to Training and Development*. Second Edition. Addison: Wesley Publishing Company Rosset.
4. Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Jakarta: Salemba Empat.
5. Kotler, P. dan G. Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Penerbit Indeks.
6. ____, Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Media Group.
7. IPurwanto, I. 2008. *Manajemen Strategi*. Bandung: CV Ryama.
8. Tjipto, Fandy, 2001 *Strategi Pemasaran*, Ed.2. Cet.5, Yogyakarta: Andi.

Jurnal

1. Craig, I. Robert. L. *Training and development Handbook: A Guide to Human Resources Deelopment*. HF5549. (1976:19-2).