

STISIPOL

by Jurnal Treacy

Submission date: 19-Aug-2023 05:36AM (UTC+0200)

Submission ID: 2147834436

File name: JURNAL_RESWARA.docx (1.15M)

Word count: 2141

Character count: 15193

PELATIHAN STARTUP E-COMMERCE DALAM MENJAGA SUSTAINIBILITY SOSIAL DAN EKONOMI DI KELURAHAN MARIANA

Trecy Austin¹*, Lishapsari
Prihatin², Lisdiana³, Marleni⁴

- 1) Ilmu Administrasi Negara, STISIPOL
Candradimuka Palembang
- 2) Ilmu Komunikasi, STISIPOL
Candradimuka Palembang
- 3) Ilmu Administrasi Negara, STISIPOL
Candradimuka Palembang
- 4) Ilmu Komunikasi, STISIPOL
Candradimuka Palembang

Abstrak

Beberapa tahun terakhir, pasar telah mengalami pergeseran paradigma dengan munculnya teknologi digital, menempatkan bisnis, industri, dan konsumen dalam situasi yang tidak terduga. Bertahan dan tetap kompetitif, pengusaha kecil harus menyesuaikan kembali strategi mereka untuk memenuhi tuntutan baru pasar digital. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan badan usaha yang berperan dalam berbagai bidang kegiatan yang mempengaruhi kepentingan masyarakat. Permasalahan UKM Batik Kanti Bunulrejo Malang adalah penjualan selalu offline dan tidak ada kemasan produk. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan dan seminar tentang cara menggunakan website dan memikirkan pasar. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah pelatihan, seminar, dan brainstorming. Berkat implementasi pelatihan ini, para peserta dapat menggunakan situs e-commerce untuk kegiatan pemasaran dan menjalankan rencana yang telah dibahas bersama.

Kata Kunci: Startup E-Commerce, Sustainability, Sosial Ekonomi, Kelurahan Mariana

Abstract

In recent years, the market has undergone a paradigm shift with the emergence of digital technologies, placing businesses, industries and consumers in an unexpected situation. To survive and remain competitive, small entrepreneurs must readjust their strategy to meet the new demands of the digital market. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are business entities that play a role in various fields of activity that affect the interests of society. The problem with UKM Batik Kanti Bunulrejo Malang is that sales are always offline and there is no product packaging. The purpose of this service is to provide training and seminars on how to use websites and think about the market. Implementation methods used are training, seminars, and brainstorming. Thanks to the implementation of this training, the participants can use the e-commerce site for marketing activities and carry out the plans that have been used together.

Keywords: E-Commerce Startup, Sustainability, Socio-Economy, Mariana Village

PENDAHULUAN

Inovasi teknologi merupakan faktor kunci untuk sukses di antara para pesaing. Teknologi memungkinkan hubungan yang lebih dekat antara konsumen dan organisasi, memungkinkan rantai pasokan yang lebih efisien, pengurangan biaya, dan mobilitas. Dalam beberapa tahun terakhir, pasar global telah mengalami pergeseran paradigma dengan munculnya teknologi digital, menempatkan bisnis, industri, dan konsumen dalam situasi yang tidak dapat diprediksi. Bertahan dan tetap kompetitif, perusahaan harus mengkalibrasi ulang strategi mereka untuk memenuhi tuntutan baru pasar digital (Bilgihan et al., 2016).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan badan usaha yang berperan dalam berbagai bidang kegiatan yang mempengaruhi kepentingan masyarakat. Menurut data BPS (2015), jumlah usaha kecil menengah (UKM) mencapai 57,9 juta. Pada tahun 2017, UKM mengalami peningkatan yang signifikan dalam kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 97,30%. Sementara itu, kontribusi UKM terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 58,92%. Pada tahun 2016, Presiden Jokowi menyampaikan bahwa UKM memiliki daya tahan yang tinggi, yang akan mampu menopang perekonomian negara meski di tengah krisis global (Untari & Fajariana, 2018).

¹E-commerce dapat didefinisikan sebagai proses jual beli produk atau jasa secara elektronik (Costa & Castro, 2021). Opeasional bisnis menjadi lebih efektif dan kompetitif di era teknologi digital. Selain itu, literatur menyoroti bukti yang cukup bahwa penggunaan e-commerce memiliki pengaruh positif pada kinerja industri kecil dan menengah dengan meningkatkan proses bisnis (Wardoyo et al., 2018). E-commerce sendiri merupakan proses jual beli produk, atau jasa jaringan data elektronik melalui internet dan world wide web (Ayob, 2021). Sedangkan menurut Maryama, (2018) menjelaskan pengertian e-commerce dari beberapa pandangan antara lain: (1) sudut pandang komunikasi: e-commerce merupakan wasilah dalam memberikan informasi, produk/jasa, atau pembayaran melalui sarana elektronik (telepon, jaringan komputer, dan lain-lain), (2) sudut pandang proses bisnis: e-commerce merupakan implementasi teknologi ke arah otomatisasi transaksi dan alur kerja perusahaan, (3) sudut pandang layanan: e-commerce merupakan sarana yang dapat digunakan untuk memenuhi keinginan badan usaha, konsumen dan manajemen dalam rangka mengurangi biaya pelayanan/servis untuk menambah kualitas barang dan kecepatan waktu pelayanan, (4) sudut pandang online: e-commerce berhubungan dengan akses informasi di internet, kapasitas penjualan maupun pembelian produk, dan informasi jasa online yang lain. Keunggulan e-commerce antara lain: (1) bisa dilakukan dimanapun, (2) jangkauan area meluas, (3) standar global/universal, (4) banyak kegunaan, (5) interaktif antara penjual dan konsumen, (6) kaya informasi, (7) mampu beradaptasi (Andriyanto, 2018).

Konsep "sustainability" atau dalam Bahasa Indonesia disebut dengan keberlanjutan merupakan istilah yang dipelopori pada tahun 1980. Awalnya konsep ini berasal dari bagian pemerhati hutan, perikanan, dan air tanah. Konsep ini merupakan jembatan penghubung antara pembangunan dengan lingkungan dimana pemahaman pembangunan saat itu masih diidentikan dengan ekonomi. Konsep sustainability ini pada akhirnya dirumuskan menjadi sustainable development (Pembangunan Berkelanjutan) yang berusaha untuk mencapai keseimbangan pembangunan tidak hanya dalam aspek ekonomi tetapi juga lingkungan dan sosial. Kenyataannya pada awal berkembangnya konsep sustainable development dimensi sosial masih belum begitu diperhatikan mengingat memang konsep ini adalah untuk menjembatani pembangunan ekonomi dan lingkungan. Jika melihat perjalanan dimensi sosial di dalam konsep sustainable development.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini, yaitu: [1] meningkatkan kapasitas ibu PKK untuk berpartisipasi melalui pendidikan dan pelatihan, [2] mengembangkan inovasi dan menjalankan teknologi, [3] mengoptimalkan sumber daya yang tersedia, dan [4] meningkatkan perekonomian dan kewirausahaan mandiri (Austin et al., 2023). Ruang Lingkup pendampingan ini meliputi, [1] Pendampingan, [2] Pemanfaatan digital, dan [3] Pendampingan masyarakat untuk penguatan lingkungan berbasis kesejahteraan sosial. Sasaran kami pada kegiatan ini adalah ibu PKK dengan rentang usia 20 sampai dengan 55 tahun.

METODE PELAKSANAAN

Pemberdayaan masyarakat yang baik dapat mengatasi banyak aspek yang dikembangkan dan dibutuhkan oleh peserta. Peserta perlu meningkatkan intelektual, keharmonisan lingkungan, dan identitas mereka sebagai bagian dari komunitas (Nurita, 2016). Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan menggunakan metode edukasi (Hanggara et al., 2021).



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

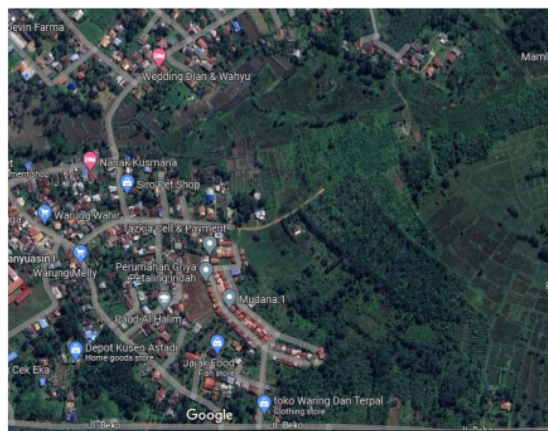
Gambar 1 menjelaskan bahwa metode pelaksanaan dimulai dengan memberikan edukasi dan penyuluhan terkait startup e-commerce. Praktik langsung dilakukan saat pelatihan di tanggal 7 Agustus 2023 dengan melibatkan praktisi dan wirasaha muda, hal ini bertujuan agar ibu PKK dapat termotivasi dan mencontoh keberhasilan dalam usaha. Metode terakhir, berupa **brainstorming** dilakukan untuk mendiskusikan **rencana logo** atau **design packaging** oleh tim pengabdian.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

Agustus 2023				
Memberikan edukasi atau penyuluhan				
Praktik langsung				
Brainstorming				

Sumber: diolah oleh Penulis, 2023

Pengabdian ini dilaksanakan bersama Bapak Lurah Pidianto, S.Sos dan pengusaha jambu kristal dengan luas kebun 1,5 hektar, yang beralamatkan di kebun jambu biji Kelurahan Mariana, Kabupaten Banyuwasin Sumatera Selatan. Gambar lokasi dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Lokasi Pengabdian kepada Masyarakat

HASIL PEMBAHASAN

Keterampilan yang dikembangkan melalui pelatihan bersifat psikomotorik. Keberhasilan pelatihan sebagai hasil dari peningkatan keterampilan, dapat dikatakan bahwa pelatihan ini berupa bentuk komunikasi secara online dan berani untuk menampilkan potensi produk yang nantinya dipasarkan di pasar e-commerce (website) karena peserta pelatihan dapat memanfaatkan hasil pelatihan dengan maksimal dan memulai usaha kecil. Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat, sebelum mengikuti pelatihan, para pelatih sudah memiliki banyak pengalaman di bidangnya masing-masing. Hal yang mudah dan sering dijumpai bisa dengan Shopee atau tiktok. Peserta dapat mempelajari dan menerapkan berbagai peningkatan layanan untuk mendukung penjualan secara online, dan mendapatkan pengetahuan serta berbagai keterampilan tambahan dalam pengemasan produk (Ismail et al., 2022). Pemberdayaan masyarakat yang baik dapat mengatasi banyak aspek yang dikembangkan dan dibutuhkan oleh

masyarakat. Masyarakat perlu meningkatkan intelektual, tetapi tanpa mengorbankan aspek budaya, keharmonisan lingkungan, dan identitas mereka sebagai bagian dari komunitas (Nurita, 2016).

Pada pengabdian masyarakat ini **tahapan awal**, peserta diberikan sosialisasi tentang digital society. Memberikan edukasi dengan menyampaikan materi dan menjelaskan alat dan bahan yang digunakan. Pada pelatihan dan workshop aktivitas yang dilakukan meliputi pengenalan *website e-commerce*. Pelatihan dimulai dengan pengenalan apa itu *website e-commerce*, metode penggunaan, membuat akun dan mengakses *website*. Peserta mempraktekkan cara mengakses *website e-commerce*. Peserta diminta untuk melakukan registrasi untuk pembuatan akun dengan mengisikan beberapa data identitas pribadi kemudian memilih tombol daftar. Setelah melakukan registrasi, pengguna dapat memasukkan *username* dan *password* yang telah dibuat. Selain itu, Admin dapat mengakses *website e-commerce* dengan memasukkan *username* dan *password*. Gambar kegiatan dapat dilihat di bawah ini.



(a)

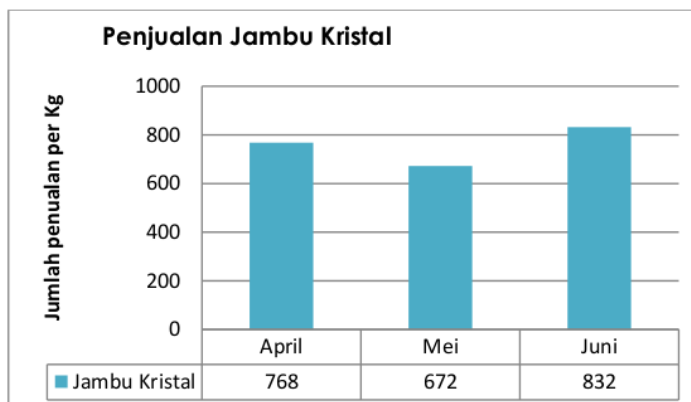
(b)

Gambar 3. Pelatihan langsung menggunakan media komunikasi handphone

Tahapan Kedua, Brainstorming Selanjutnya, permasalahan lain yang dihadapi oleh mitra adalah belum memiliki kemasan/*packaging*. Hasil monitoring perkembangan penjualan produk di, yaitu:

1. Kelurahan Mariana belum ada ciri khas daerah. Sehingga ketika menggunakan e-commerce pengenalan produk ini dapat lebih banyak menjangkau target pelanggan.
2. Memberikan karakter bisnis yang berbeda karena peserta nya merupakan ibu-ibu, dalam kategori industrinya ibu-ibu memiliki dominan untuk suka berinteraksi dan berkomunikasi. Usaha ini dapat memperkuat karakteristik produk.

Pelaksanaan ini sudah ditetapkan sesuai rencana, membantu para pelaksana dalam menjalankan kegiatan dan kemudian akan dapat membantu untuk produksi kedepannya. Strategi promosi dilakukan oleh tim pengabdian bersama mitra melalui inovasi kemasan dan belajar mempertahankan jumlah produksi. Adapun gambar peningkatan penjualan jambu kristal di Bulan Januari, Februari, Maret Tahun 2023 dapat dilihat pada Gambar di bawah.



Gambar 4. Perkembangan Penjualan Pempek dan sosis kemasan frozen food

Gambar 4 menjelaskan perkembangan penjualan buah jambu kristal dengan kemasan biasan dan belum di olah. Diketahui bahwa proses produksi dan program pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan penjualan. Melalui sosial dapat menunjukkan proses produksi dan mitra selalu berusaha menjaga kualitas dan mutu dengan menggunakan bahan terbaik dengan lingkungan produksi yang bersih dan tertata (Suardani & Pancane, 2022).

1

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari evaluasi kegiatan menunjukkan peserta bisa mengakses dan menggunakan website e-commerce. Selain itu, hasil dari *brainstorming* tentang design packaging dapat direalisasikan dengan baik. Maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini berhasil. Program yang telah dilaksanakan tentunya akan dilanjutkan dengan program pengembangan untuk menambah daya saing. Kerjasama dengan pihak swasta dan pemerintah merupakan keberlanjutan dari pelaksanaan program pengabdian ini

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada kami. Penulis dan tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Bahrum Rangkuti, SSTP., M.Si, selaku Camat Banyuasin 1.
2. Bapak Pidiyanto, S.Sos, selaku lurah Mariana Kecamatan Banyuasin 1.
3. Ibu Dian Rahmawati, Amd, selaku pihak marketing jambu kristal
4. Kepala Sekolah Islam Terpadu AT Tibyan Banyuasin.
5. Kepala Sekolah SMA YP Mantra.

2) ISTAKA

Andriani, R., & Afidah, M. (2020). Evaluasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Dosen Universitas Lancang Kuning. *Jupii: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 12(1), 271.

1

<https://doi.org/10.24114/jupii.v12i1.14680>

Andriyanto, I. (2018). Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2), 87-100. <http://dx.doi.org/10.1186/s13662-017-1121-6>
<https://doi.org/10.1007/s41980-018-0101-2>

4

<https://doi.org/10.1016/j.cnsns.2018.04.019>
<https://doi.org/10.1016/j.apm.2011.07.041>
<http://arxiv.org/abs/1502.020>

Ardiansyah, Austin, T., & Suhendra. (2022). Branding dan Pemasaran Kemplang Panggang Desa Tebing Gerinting Selatan Kecamatan Indralaya Selatan. *Kawanad: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*,

- 1(2), 98–108. <http://journal.kawanad.com/index.php/kjpk/article/view/56/37>
- Austin, T., Lisdiana, L., Prihatini, L., & Pusnita, I. (2023). PELATIHAN BAGI DISABILITAS DALAM PEMBUATAN FROZEN
4DOD: PEMPEK GLUTEN FREE DAN SOSIS DI KOTA PALEMBANG. 4(2), 1063–1070.
1 <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/reswara/article/view/3066/pdf>
- Ayob, A. H. (2021). E-commerce adoption in ASEAN: who and where? *Future Business Journal*, 7(1), 1–11.
1 <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00051-8>
- Bilgihan, A., Kandampully, J., & Tingting, Z. (2016). Towards a Unified Customer Experience in Online Shopping
Environments. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 8(1), 102–119.
<https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2015-0054>
- Costa, J., & Castro, R. (2021). SMEs Must Go Online-E-Commerce as an Escape Hatch for Resilience and
Survivability. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 3043–3062.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8208871>
- Hanggara, B., Azura, S. T., & Lubis, A. F. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Gerakan Edukasi dan
Penyuluhan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) di Kampung Serua Poncol Sawah Baru. *Seminar
4 Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 2021. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Ismail, Yuslinaini, Bahrani, Fathurrahmad, & Syarifuddin. (2022). Pelatihan Digital Food dan Beverage bagi
Usaha Industri Banda Aceh Cake. *Kawanad: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32–39.
<https://doi.org/10.56347/kjpk.v1i1.10>
- Masruroh, R., Maulana, Y., & Wachjuni, I. (2023). LITERASI DIGITALISASI BISNIS BAGI UMKM DI KELURAHAN
CIJOHO KECAMATAN KUNINGAN JAWA BARAT. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1),
2 1–5. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.46576/rjpk.v4i1.1591>
- Nurita, R. F. (2016). Upaya Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Di Desa Kalirejo Lawang Dengan Tujuan
Memotivasi Kewirausahaan Mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 1(2),
47–53. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v1i1.1175>
- Purwaningsih, E., Suhaeri, S., & Ariyanti, E. R. N. (2020). Branding Produk UMKM Kampung Wisata Bisnis Tegal
Waru melalui Reputasi Merek dan Basis Informasi Teknologi. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat
Universitas Merdeka Malang*, 5(1), 60–69. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i1.3392>
- Suardani, N. G. A., & Pancane, I. W. D. (2022). Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Br. Timbul Melalui Usaha
Kerajinan Tangan Kreatif Dari Beragam Bahan Kayu Di Masa Pandemi Covid-19. *Parta: Jurnal
Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 21–28. <https://doi.org/10.38043/parta.v2i1.2576>
- Syamsudduha, S., & Tekeng, N. Y. (2017). Penerapan Service Learning Dalam Pembelajaran Matakuliah
Pedagogik Pada Kurikulum Pendidikan Calon Guru. *Lentera: Pendidikan Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*,
20(1), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/Lp.2017v20n1a1>
- Ulfa, N. M. (2022). Edukasi dan Pelatihan Pembuatan Kapsul Biji Pepaya Sebagai Alternatif Anti Kanker
Payudara. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(2), 199.
4 <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.7743>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada
Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Utami, K. S., Prasetya, P., Widya, U., & Utami, K. S. (2023). PEMBERDAYAAN PELAKU UMKM MELALUI PELATIHAN
PENGEMASAN PRODUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN. *Reswara: Jurnal Pengabdian
Kepada 1 Masyarakat*, 4(1), 29–36. <https://doi.org/10.46576/rjpk>
- Wardoyo, D. T. W., Iriani, S. S., & Kautsar Achmad. (2018). Adoption of E-Commerce, Entrepreneurship
Orientattion Mediated by Business Strategy on The Performance Food Industries. *International Journal of
Civil Engineering and Technology (IJCIET)*, 9(5), 896–902. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJCIET/VOLUME_9_ISSUE_5/IJCIET_09_05_097.pdf

STISIPOL

ORIGINALITY REPORT

46%
SIMILARITY INDEX

46%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

5%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 jurnal.dharmawangsa.ac.id 32%
Internet Source

2 jurnal.unmer.ac.id 6%
Internet Source

3 repository.uksw.edu 4%
Internet Source

4 journal.kawanad.com 4%
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 4%