

## PENGENALAN DAN PENGAPLIKASIAN E-COMMERCE BAGI PAGUYUBAN UMKM RW 08 KELURAHAN PONDOK BENDA PAMULANG

Erlangga Triantara Putra<sup>1</sup>, Rengga Erlangga<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pamulang,  
Tangerang Selatan, Indonesia, 15310  
e-mail: <sup>1</sup> [dosen01881@email.com](mailto:dosen01881@email.com) <sup>2</sup> [dosen02967@email.com](mailto:dosen02967@email.com)

### *Abstract*

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the national economic bulwarks. If not taken seriously, national economic growth will be fragile. In this regard, MSMEs require special attention, especially in terms of marketing. This community service activity was carried out with the aim of providing knowledge and understanding to the participants (MSME actors in RW 08, Pondok Benda Village) through training on digital marketing and e-commerce. The training provided to participants included creating an online store, creating images with the Canva application, and even starting an online business (becoming a dropshipper). It is hoped that after this activity is implemented, students can increase their income without having to have capital, simply by using a mobile phone, which will ultimately improve the community's economy. The methods used in this community service activity are: the preparation stage, the implementation stage, and the discussion and question and answer stage. In the preparation stage, the community service team creates an implementation plan and prepares things needed for the activity. The implementation stage includes learning basic digital marketing techniques and e-commerce applications. Participants are provided with training to create attractive images using the Canva application to be included in the marketplace. Following this, participants received hands-on training on creating an online store in a marketplace and the technical aspects of becoming a dropshipper. During the discussion and Q&A phase, participants were free to ask questions about the training material. The community service team also posed questions to assess their understanding of the material.*

*Keywords: MSMEs; e-commerce; marketplace; Canva*

### **Abstrak**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu benteng pertahanan ekonomi nasional, dimana bila tidak diperhatikan secara serius maka pertumbuhan ekonomi nasional akan rapuh. Dalam hal ini perlu perhatian khusus untuk para UMKM terutama masalah pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada para peserta (pelaku UMKM RW 08 Kelurahan Pondok Benda) berupa pelatihan mengenai digital marketing dan e-commerce. Pelatihan yang diberikan kepada para peserta berupa pembuatan toko online, pembuatan gambar dengan aplikasi Canva, sampai dengan memiliki bisnis online (menjadi dropshipper). Diharapkan setelah terlaksananya kegiatan ini, para siswa dapat menambah penghasilan tanpa memiliki modal, cukup hanya dengan menggunakan handphone saja, yang pada akhirnya akan meningkatkan ekonomi masyarakat. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu: tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap diskusi dan tanya jawab. Pada tahap persiapan, tim pengabdian membuat rencana pelaksanaan dan menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan untuk kegiatan. Tahap pelaksanaan berupa pembelajaran dasar teknik digital marketing dan penerapan e-commerce. Para peserta dibekali pelatihan untuk membuat gambar yang menarik dengan menggunakan aplikasi Canva untuk dimasukkan kedalam marketplace. Setelah itu, peserta juga diberikan pelatihan secara langsung dalam pembuatan toko online di marketplace dan teknis menjadi dropshipper. Pada tahap diskusi dan tanya jawab, peserta dibebaskan mengajukan pertanyaan seputar materi pelatihan yang telah diajarkan dan dari sisi tim pengabdian kepada

masyarakat juga memberikan pertanyaan kepada peserta untuk mengevaluasi sejauh mana pemahaman peserta dalam menerima materi yang telah diberikan.

Keywords: UMKM; e-commerce; marketplace; canva

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Analisis Situasi**

Berdasarkan produk domestik bruto (PDB), Indonesia merupakan ekonomi terbesar di Asia Tenggara. Dengan penduduk yang mendekati 280 juta orang, Indonesia memiliki basis konsumen yang sangat luas dan menjadi pasar yang menarik untuk e-commerce yakni aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Dengan e-commerce sebagai salah satu pendorong utamanya serta penyumbang terbesar pada ekonomi digital Indonesia.

E-commerce di Indonesia meningkat tajam setelah pandemi. Pada awal tahun 2020, transaksi bisnis online meningkat sekitar 33% dengan nilai yang fantastis. Nilainya dari 253 triliun rupiah dengan cepat meningkat menjadi 337 triliun rupiah. Peningkatan transaksi e-commerce ini diproyeksikan akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tentu saja peningkatan ini ada andil dari pemerintah yang turut mendorong perkembangan teknologi digital. Menyadari pentingnya e-commerce, pemerintah telah menerapkan kebijakan yang mendorong pertumbuhannya, seperti dengan menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

Perkembangan internet saat ini adalah sangat pesat dimana hampir semua informasi akan sangat mudah diperoleh. Internet saat ini tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai sarana komunikasi vital yang sangat dibutuhkan di berbagai bidang termasuk di bidang pendidikan dan bisnis. Di dalam bidang pendidikan, internet tentunya memberikan peranan yang sangat penting dimana refensi-referensi akan sangat mudah didapat dan pembelajaran berbasis internet sudah mulai dimanfaatkan. Bisnis melalui internet adalah salah satu trend bisnis yang berkembang saat ini. Dengan melakukan bisnis via internet (bisnis online) maka akan memperluas pangsa pasar tidak hanya ketergantungan terhadap area penjualan seperti bisnis konvensional dengan membuka lapak atau toko di suatu daerah. Pangsa pasar dari bisnis online akan jauh lebih luas karena orang-orang di seluruh Indonesia bahkan di dunia dapat mengakses internet sehingga produk yang ditawarkan via internet akan jauh lebih mudah dan lebih laris.

Dengan adanya e-commerce memiliki banyak manfaat bagi seluruh pelaku usaha khususnya bagi usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), terutama dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar sehingga dengan peningkatan tersebut berpotensi dalam peningkatan penjualan.

Dengan semakin banyaknya platform ecommerce di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan lain-lain, dapat memudahkan bagi para pelaku usaha UMKM dalam pengaplikasian e-commerce. Dimana setiap penyedia aplikasi memberikan kelengkapan, kemudahan, serta pelayanan-pelayanan lain yang diberikan agar para pelaku usaha dapat berkembang dan bersaing dengan bisnis besar.

Kelurahan Pondok Benda terletak di kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Memiliki banyak kelompok atau paguyuban dengan berbagai tujuan salahsatunya paguyuban pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang digagas oleh warga Rw 08 Pondok Benda, Pamulang. Berbagai macam usaha ada disini. Namun masih banyak pelaku usaha yang sistem pemasarannya masih mengandalkan cara manual yakni sistem penjualan dan pemasarannya secara langsung atau konvensional tidak menggunakan teknologi digital seperti platform e-commerce atau online marketplace.

Agar warga Masyarakat rw 08 Pondok Benda khususnya paguyuban bagi pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pemasarannya, Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mempunyai peranan penting dalam memberikan penyuluhan dan edukasi dalam pemanfaatan teknologi digital seperti e-commerce agar mempunyai wawasan yang sangat luas sehingga dapat menghasilkan para pelaku usaha yang berkembang dan sukses.

Dengan latar belakang di atas, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema Pengenalan dan Pengaplikasian E-commerce Bagi Paguyuban UMKM, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemanfaatan Teknologi digital khususnya ecommerce sebagai alat bantu dalam pengembangan dan peningkatan usahanya sehingga mampu bersaing di era digital ini.

## **1.2 Permasalahan Mitra**

Permasalahan yang terjadi pada UMKM di Masyarakat rw 08 Pondok Benda khususnya paguyuban bagi pelaku UMKM, yaitu masih banyak mengandalkan sistem pemasaran dan penjualan secara manual yaitu penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen melalui pembukaan toko atau pasar konvensional, lapak atau melalui jualan keliling ( door to door). Sebagian yang lain sudah memanfaatkan website namun masih sekedar menempelkan atau menempatkan usahanya pada website saja dengan kualitas web yang seadanya. Guna mengatasi hal tersebut, maka diperlukan strategi pemasaran dan penjualan yang efektif, mudah, dan murah dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis *E-commerce* sistem manajemen untuk menjadikan toko tersebut selalu menduduki ranking teratas atau halaman pertama pada mesin pencari internet sehingga konsumen atau pelanggan mudah mencari alamat website tersebut. Dengan demikian diharapkan UKM dapat mendapatkan berbagai keuntungan dalam mempromosikan atau memasarkan usahanya, melakukan transaksi penjualan produk-produk usahanya, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya.

## **2. METODE**

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan dengan melalui beberapa tahapan. Tahapan-tahapan tersebut dimulai dari perencanaan, persiapan dan pelaksanaan.

### **2.1. Perencanaan**

Pada tahap perencanaan ini dilaksanakan dengan melakukan pembentukan TIM sebanyak 3 orang yang selanjutnya melakukan penyusunan Proposal kegiatan PkM dan kemudian diajukan.

### **2.2. Persiapan**

Sebelum program dimulai, survei dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat literasi digital dan pemahaman masyarakat mengenai ecommerce. Hasil survei ini akan menjadi dasar dalam menyusun materi pelatihan yang sesuai.

### **2.3 Pelaksanaan**

Materi disampaikan dengan menggunakan metode interaktif, seperti presentasi, video tutorial, dan diskusi langsung. Materi akan difokuskan pada cara menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital khususnya *e-commerce* untuk mengembangkan sistem perdagangan yang lebih optimal, efektif dan efisien. Peserta akan diberikan kesempatan untuk berlatih langsung membuat akun penjual di platform ecommerce atau marketplace-marketplace yang banyak digunakan masyarakat Indonesia. Ini akan membantu mereka memahami secara praktis penerapan teknologi digital khususnya *e-commerce* dalam dunia nyata.

### 3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Rw. 08 Kelurahan Pondok Benda Kecamatan Pamulang Kota Tangerang selatan untuk panguyuban UMKM Rw.08 bertujuan untuk memberikan pemahaman serta keterampilan praktis kepada warga dalam pengembangan usahanya melalui pengenalan dan pengaplikasian e-commerce. Hasil dari kegiatan ini dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan pihak Panguyuban UMKM Rw. 08, Kemudian menentukan materi yang akan disampaikan.
2. Menentukan lokasi yang akan di gunakan pada saat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, yaitu di Saung Jingga.
3. Persiapan materi hingga konsumsi, pembuatan banner, plakatan, souvenir dan lain sebagainya.
4. Menentukan tanggal pelaksanaan yang disepakati pada hari sabtu, 31 Mei 2025, dan dihadiri warga sebanyak kurang lebih 30 orang.

Berikut foto kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat :



### 4. PEMBAHASAN

Pada pembahasan materi yang disampaikan oleh pemateri terkait pengenalan dan pengaplikasian e-commerce dalam mengembangkan usahanya lewat media digital dengan menerangkan apa itu e-commerce, sejarah dan perkembangan e commerce di Indonesia, jenis-jenis e-commerce, manfaat serta tantangan yang harus dihadapi bagi pelaku usaha di dunia digital. Dalam kesempatan itu juga, kami memberikan pemahaman tentang langkah – langkah dalam pembuatan toko online di sebuah marketplace besar yaitu Aplikasi Shopee.

Pada aplikasi ini peserta diajarkan bagaimana mengelola tokonya dengan menggunakan fitur-fitur yang sudah disediakan oleh shopee. Mulai dari bagaimana membuat akun penjualan, menentukan produk yang akan dijual, proses transaksi penjualan, proses pengemasan dan pengiriman, proses pembayaran dan bagaimana kita bisa melakukan promosi dan pengiklanan serta menganalisa dan mengevaluasi toko kita. Selain itu juga kita memberikan pemahaman terkait tampilan produk agar terlihat menarik dengan menggunakan aplikasi Canva untuk mengedit gambar produk kita. Dari pembahasan yang telah disampaikan, peserta sudah mampu memahami bagaimana cara mengembangkan usahanya melalui media digital

### 5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pengenalan dan Pengaplikasian ecommerce untuk panguyuban UMKM Rw. 08 Pondok Benda Pamulang adalah peserta sangat antusias dan aktif dalam menyimak materi yang diberikan oleh pemateri, sehingga hampir seluruh peserta dapat memahami materi yang disampaikan, terlihat dari banyaknya peserta yang bertanya pada sesi tanya jawab oleh pemateri, sehingga dapat disimpulkan bahwa para peserta sangat menyukai materi yang diberikan oleh pemateri. Dan materi yang diberikan dapat langsung diimplementasikan sehingga peserta sudah memiliki toko online sendiri di salah satu marketplace yaitu Shopee..

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- 1) Agung, Adiono, 2021, Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM, Bandung. STIE-INABA
- 2) Departemen Koperasi RI, 2023, Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2011-2012, [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id), di akses 20 April 2018
- McEwen, A. (2015). *Designing the Internet of Things*. O'Reilly Media.
- 3) [dinkopumkm.semarangkota.go.id](http://dinkopumkm.semarangkota.go.id) , 2013, Produk UMKM dan Koperasi Dipamerkan, diakses 20 April 2023.
- 4) Philip Kotler, Gary Armstrong, 2020, *Principles of Marketing*, Second European Edition, Prentice Hall <http://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html>
- 5) Akbar, M.A., dan Alam, N.A. 2020. *E-commerce teori dalam bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- 6) Hapsari, R., Ratnawati, K., dan Anggraeni, R. 2020. *Entrepreneurial Marketing*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- 7) Haryana, R.D.T. dan Novianti, R. 2020. *MONOGRAF Fenomena Cashless Society Di Era Ekonomi Digital*. Cipta Media Nusantara. Surabaya.
- 8) Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya
- 9) Sunarso Sisiwanto. *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2019
- 10) W. Prurbo Onno dan Aang Arif Wahyudi. *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2021
- 11) Sudjatmika, F.V., 2022. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com. *Agora*. 5(1).
- 12) HelpShopee. 2018. *Pilihan Jasa Kirim Di Marketplace Shopee*. Hidayat. 2013. "Pengaruh Promosi Penjualan Produk Purence Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bandung". Fakultas Bisnis Dan Manajemen. Jurusan Manajemen. Universitas Widyatama Bandung.
- 13) Alboukrek, Keren. *Adapting To A New World Of E-Commerce*, Washington: International Law Review, 2023
- 14) Kohler, Gabriel Kaufmann dan Thomas Schultz. *Online Dispute Resolution*, Netherlands: Kluwer Law International , 2024
- 15) Vol. 9, No. 1. Mujiyana, Elissa Ingge. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. Vol III, No. 3.S.