

PELATIHAN PEMBUATAN TOKO ONLINE DALAM RANGKA MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN JUAL BELI DI ERA MILENIAL

Muhammad Rif'an¹, Ermi Media's², Heri Firmansyah³, Putri Nurul Hanifah⁴, Imam Arif
Rahardjo⁵, dan Massus Subekti⁶

¹Program Studi Pendidikan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
Email: m.rifan@unj.ac.id

²Program Studi Pendidikan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

³Program Studi Pendidikan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

⁴Program Studi Pendidikan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

⁵Program Studi Pendidikan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
Email: imam_ar@unj.ac.id

⁶Program Studi Pendidikan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
Email: masus@unj.ac.id

ABSTRACT

Utilization of information technology or the Internet in the business world, especially marketing can expand the covered area of marketed product. One of the information technologies in the millennial era is the online shop. This technology can make it easier for business actors or shop owners to ease products and make it easier for consumers to get product information. However, there are limitations to the community's ability to carry out the online shop. For this reason, the State University of Jakarta provided training on development the online shop through a workshop on August 8, 2020. This activity is a form of community service as part of practicing the knowledge owned and provided regularly to the community. The methods used are lectures, question and answer, and practice the skills to create the online shop. The conclusion of this activity is that online shop creation training in order to improve buying and selling strategies in the millennial era carried out through training and practice can increase the knowledge and skills of participants with an increase in knowledge of 42%. All participants agreed that P2M was useful and had a positive impact on the participants' careers because the material, delivery, and implementation of activities were very relevant, according to expectations and the right time allocation. Training participants are expected to understand, know, practice and be able to manage online stores as well as possible in accordance with the theory and skills that have been given and exemplified by the resource persons.

Keywords: online shop, training, information technology

ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi informasi atau internet yang bersifat global dalam dunia usaha khususnya pemasaran dapat memperluas penyebaran informasi produk yang dipasarkan. Salah satu teknologi informasi pada era milenial adalah toko online. Teknologi ini dapat memudahkan pelaku usaha atau pemilik toko dalam mempromosikan produk dan memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi produk. Namun demikian terdapat keterbatasan kemampuan masyarakat untuk mengimplementasikan toko online ini. Untuk itu, Universitas Negeri Jakarta menyelenggarakan Pelatihan Pembuatan Toko Online melalui workshop pada tanggal 8 Agustus 2020. Kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat sebagai bagian mengamalkan ilmu pengetahuan yang dimiliki serta diberikan secara berkesinambungan secara periodik kepada masyarakat. Metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, dan praktik keterampilan dalam pembuatan toko online. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa pelatihan pembuatan toko online dalam rangka meningkatkan strategi jual beli di era milenial yang dilakukan melalui pelatihan dan praktik dapat menambah pengetahuan dan keterampilan peserta dengan peningkatan pengetahuan sebesar 42%. Seluruh peserta setuju bahwa P2M bermanfaat dan memberi dampak positif bagi karir peserta karena materi, penyampaian, dan pelaksanaan kegiatan sangat relevan, sesuai harapan dan alokasi waktu yang tepat. Peserta pelatihan diharapkan dapat memahami, mengetahui, mempraktikkan serta dapat mengelola toko online dengan sebaik mungkin sesuai dengan teori dan keterampilan yang telah diberikan dan dicontohkan oleh narasumber.

Kata kunci: toko online, pelatihan, teknologi informasi

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha khususnya pemasaran pemanfaatan teknologi informasi atau internet yang bersifat global dapat memudahkan produsen dalam menyebarluaskan informasi produk dan



memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi produk. Salah satu teknologi yang milenial saat ini adalah toko online.

Penggunaan toko online untuk pemasaran dapat memudahkan pelaku usaha atau pemilik toko dalam mempromosikan produk yang dijual dan mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi terkait produk yang akan dibeli.

Pertumbuhan toko online saat ini telah menunjukkan angka yang signifikan. Berdasarkan survei Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2018) terdapat 171,17 juta jiwa di Indonesia yang memakai internet dengan penetrasi sebesar 64,8% dari total penduduk di Indonesia, toko online dapat menjadi sebuah potensi emas jika dimanfaatkan dengan baik. Data Bank Indonesia (BI) (2019) menyebutkan, transaksi toko online (e-commerce) di Indonesia pada tahun 2018 mencapai Rp 77,766 triliun.

Sementara itu, pada tahun 2018 menurut survei APJII, satu perusahaan toko online di Indonesia mencatat bahwa penjualan mereka berasal Jakarta (42%), Surabaya (12%), Yogyakarta (9%), Medan (5%), Makassar (5%), Bandung (4%), dan Balikpapan (2%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya berasal dari Jakarta namun juga dari luar Jakarta (APJII, 2018).

Riset Google dan Temasek (2018) dalam laporannya e-Conomy SEA 2018 menyatakan Gross Merchandise Value (GMV) industri e-commerce di Asia Tenggara mencapai US\$ 23,2 miliar atau setara Rp 336,4 triliun. GMV e-commerce di Indonesia sendiri tahun 2018 ini besarnya US\$ 12,2 miliar dan diprediksi akan meningkat menjadi US\$ 53 miliar pada tahun 2025. Sebuah nilai yang menjanjikan dan nilai ini mengalahkan negara-negara tetangga seperti Malaysia yang hanya US\$ 2 miliar, Philippines US\$ 1,5 miliar, Singapore US\$ 1,8 miliar, Thailand US\$ 3 miliar dan Vietnam US\$ 2,8 miliar.

Berdasarkan data tersebut, toko online memiliki potensi yang cukup besar dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat. Toko online saat ini telah menjadi salah satu jenis usaha yang menjanjikan.

Beberapa penyebab yang membuat perkembangan potensi toko online adalah:

1. Keberagaman Kategori Produk yang dapat dijual.
Hampir semua jenis barang dan kebutuhan dapat diperjualbelikan secara online di Indonesia. Itulah sebabnya perkembangan peluang usaha toko online semakin meningkat.
2. Dukungan Pengiriman Barang dengan Jangkauan Luas.
Adanya kerja sama antara pihak penjual online dengan jasa pengiriman barang membuat perkembangan toko online Indonesia terus menerus berkembang. Adanya fasilitas tersebut membuat para penjual dapat melayani order dari berbagai wilayah seluruh Indonesia sehingga jangkauan pengiriman barang yang luas membuat potensi usaha kian meningkat. Akibatnya, peluang toko online yang sangat menjanjikan selalu terbuka lebar bagi semua orang. Penjual dapat menerima order tanpa batas dari seluruh penjuru nusantara dan bahkan hingga mancanegara.
3. Tersedianya Dukungan Media Penunjang.
Saat ini telah banyak media yang dapat dimanfaatkan untuk berjualan atau memasarkan produk secara digital. Berbagai situs e-commerce menyediakan fasilitas penjualan bagi setiap orang yang ingin berwirausaha. Berbagai website atau halaman blog pribadi juga dapat dijadikan media beriklan. Bahkan media sosial pun saat ini tengah marak dipergunakan untuk melakukan promosi dan menawarkan aneka macam produk yang

dijual. Dengan memanfaatkan semua media digital yang tersedia, tentu saja prospek toko online yang dikelola akan semakin berkembang.

Sejalan dengan besarnya potensi toko online maka perlu diimbangi dengan kemampuan literasi digital khususnya kemampuan pengetahuan toko online bagi para pelaku usaha. Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan 80% peserta mitra yang diundang belum memiliki toko online. Hal ini menyebabkan pemasaran mitra pelaku usaha sangat terbatas pada toko offline.

Berdasarkan hal tersebut, Universitas Negeri Jakarta memandang perlu memberikan edukasi kepada mitra pelaku usaha (masyarakat) dalam pembuatan toko online dalam kerangka kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (P2M). Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada para peserta dalam membuat toko online yang pada akhirnya dapat meningkatkan promosi dan ekonomi pelaku usaha peserta kegiatan ini.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

PKM diberikan kepada masyarakat pelaku usaha mitra UNJ di Desa Cimacan Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur Jawa Barat sebanyak 20 orang. Sebelum dimulai pelatihan dilakukan *pre-test* untuk melihat kemampuan awal dari peserta dengan 6 pertanyaan pilihan dan setelah pelatihan diberikan *posts-test* dengan 10 pertanyaan pilihan berskala.

Metode yang dipergunakan dalam Pelatihan pembuatan toko online adalah (i) Metode Ceramah, digunakan pada awal kegiatan dengan memberikan kajian teori pendukung dan simulasi kepada peserta P2M; (ii) Metode Diskusi/tanya jawab, dilakukan setelah metode ceramah selesai dalam rangka menggali pemahaman peserta, menyamakan persepsi, dan memberi penguatan bagi peserta yang belum memahami atau masih memiliki keraguan; dan (iii) Metode Keterampilan Praktik, ini dilakukan pada akhir kegiatan dengan memberikan penugasan kepada peserta untuk melakukan uji coba pembuatan toko online. Metode ini dilakukan dengan maksud agar para peserta secara utuh memahami baik teoritis maupun praktis dalam pembuatan toko online.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kondisi pandemi, kegiatan ini dilakukan melalui pertemuan virtual seperti disajikan pada Gambar 1, dan hasil toko online yang dibuat disajikan pada Gambar 2.

Berdasarkan pre-test dan post-test yang telah dilakukan dapat dinyatakan bahwa sebagian besar peserta telah memahami teori pembuatan toko online dengan hasil 44% pada pre-test dan 86% pada post-test atau meningkat sebesar 42%. Untuk penilaian keseluruhan P2M, pada indikator (1) Evaluasi Kegiatan P2M yang dilakukan dengan menggunakan dua sub indikator yaitu (1.1) Evaluasi Manfaat Kegiatan Pelatihan Dalam Karir dan (1.2) Evaluasi Dampak Positif Isi Materi Bagi Pengetahuan dan Keahlian dapat dinyatakan bahwa seluruh peserta atau 100% peserta menyatakan Sangat Setuju bahwa pelatihan memiliki dampak dalam karir peserta dan pelatihan memiliki dampak positif bagi pengetahuan dan keahlian peserta.

Sementara itu, pada indikator (2) Evaluasi pada isi materi mengukur dengan sub indikator (2.1) pengorganisasian dan kemudah-mengertian materi, dan (2.2) relevansi dan kesesuaian harapan bagi peserta didapat bahwa 83,33% atau hampir seluruh peserta merespon Sangat Setuju terhadap pengorganisasian dan kemudah-mengertian materi bagi peserta, dan terdapat 16,66% atau sebagian peserta merespon Setuju. Sementara itu hasil evaluasi relevansi dan kesesuaian harapan didapat bahwa 83,33% atau hampir seluruh peserta merespon Sangat Setuju terhadap relevansi dan kesesuaian harapan isi materi bagi peserta, dan 16,66% atau sebagian peserta merespon Setuju.

Pada indikator (3) Penyampaian/ Pemaparan Materi dengan sub indikator (3.1) penguasaan materi yang disampaikan, (3.2) kecukupan alokasi waktu penyampaian materi, serta (3.3) presentasi isi materi pemateri bagi peserta didapat bahwa seluruh peserta sepakat atau 100% merespon sangat setuju terhadap penguasaan materi yang disampaikan oleh pemateri. Sementara itu, sebanyak 83,33% atau hampir seluruh peserta merespon sangat baik terhadap kecukupan alokasi waktu penyampaian materi oleh pemateri, dan 16,66% atau sebagian peserta merespon baik. Untuk indikator presentasi isi materi pemateri didapat 100% atau seluruh peserta merespon sangat setuju terhadap.

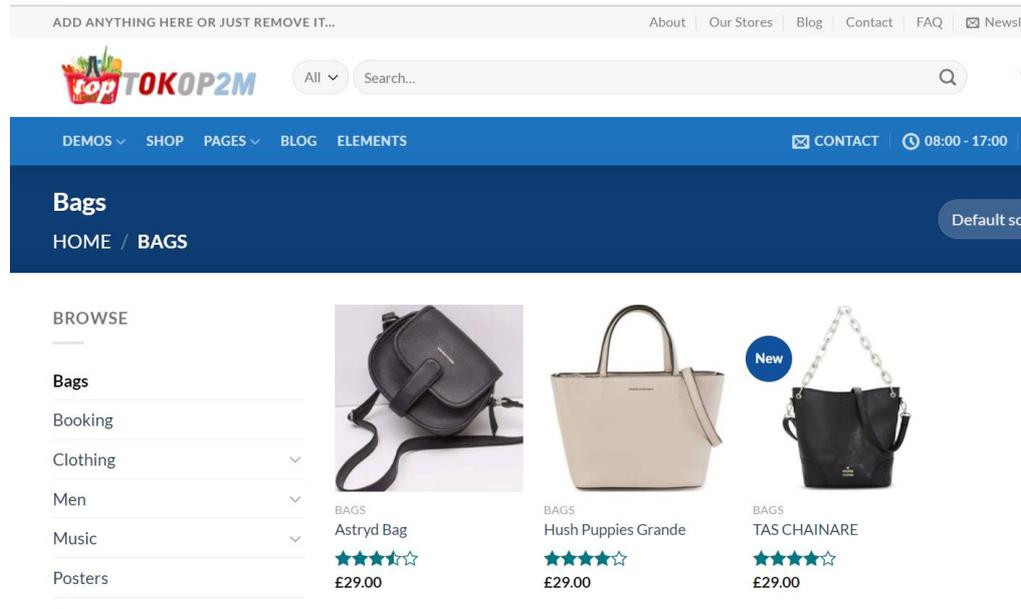
Indikator terakhir terkait (4) Evaluasi dengan sub indikator (4.1) Evaluasi Tanya Jawab Diskusi untuk mengukur pemahaman peserta diperoleh bahwa 100% atau seluruh peserta Sangat Setuju terhadap alokasi waktu tanya jawab diskusi untuk memperkuat pemahaman, (4.2) Evaluasi Penyampaian Jawaban oleh Pemateri terhadap pertanyaan peserta diperoleh data bahwa 100% atau seluruh peserta merespon Sangat Setuju terhadap Pemateri dalam memberikan jawaban terhadap pertanyaan peserta, dan (4.3) evaluasi diskusi tanya jawab terhadap peningkatan pemahaman peserta diperoleh data bahwa 100% atau seluruh peserta merespon Sangat Setuju terhadap tanya jawab diskusi untuk meningkatkan pemahaman.

Gambar 1
P2M Melalui Pertemuan Virtual



Gambar 2

Halaman Awal Toko Online Peserta P2M



4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari kegiatan pelatihan ini dapat disimpulkan bahwa Pelatihan Pembuatan Toko Online Dalam Rangka Meningkatkan Strategi Jual Beli Di Era Milenial yang dilakukan melalui pelatihan dan praktik dapat menambah pengetahuan dan keterampilan peserta dengan peningkatan pengetahuan sebesar 42%. Seluruh peserta setuju bahwa P2M bermanfaat dan memberi dampak positif bagi karir peserta karena materi, penyampaian, dan pelaksanaan kegiatan sangat relevan, sesuai harapan dan alokasi waktu yang tepat.

Saran

Peserta pelatihan diharapkan dapat memahami, mengetahui, mempraktikkan serta dapat mengelola toko online dengan sebaik mungkin sesuai dengan teori dan keterampilan yang telah diberikan dan dicontohkan oleh narasumber.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terimakasih kepada Fakultas Teknik UNJ yang telah membiayai P2M ini, serta kepada penyelenggara dan juga peserta yang sudah mengikuti serta berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan ini sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan sukses dan sesuai dengan yang telah direncanakan.

REFERENSI

- Antasari, D. W. (2019). Strategi pemasaran dan pengembangan bisnis online (Studi kasus Kediri). *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 151-158.
- Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Penetrasi dan perilaku pengguna internet indonesia 2018: Hasil survei*. <https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>
- Bank Indonesia. (2019). *Statistik ekonomi dan keuangan Indonesia (SEKI)*. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/seki/Default.aspx>



-
- Fauziah, Soetiyani, A., Lukiyana, Almin, A., & Irma, A. (2019). Perkembangan online shop di media sosial untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat Desa Pasir Madang Kecamatan Sukajaya Kabupaten Bogor Jawa Barat. *Jurnal BERDIKARI*, 2(2), 48-53. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/berdikari/article/view/4097>
- Google & Temasek. (2018). e-Conomy SEA 2018: Southeast Asia's internet economy hits an inflection point. https://storage.googleapis.com/gweb-economy-sea.appspot.com/assets/pdf/e-Conomy_SEA_2018_report.pdf
- Hanum, F. (2019). Bisnis online Indonesia menarik minat kalangan muda. *Jurnal Bisnis Corporate*, 5(1), 450-460. <https://doi.org/10.46576/jbc.v4i1.460>
- Hestanto. (2016). *Teori online shop menurut beberapa ahli*. <https://www.hestanto.web.id/online-shop/>
- Widya, A. T., Bachtiar, J. C. U., Rahmadyani, H., Rahardiyani, A., Anada B. P., T., & Abadi, A. A. (2020). Dampak bisnis online terhadap sosial-ekonomi dan karakteristik ruang dalam rumah tinggal di Cibaduyut, Kota Bandung. *Modul*, 20(2), 98-110. <https://doi.org/10.14710/mdl.20.2.2020.98-110>