

Pelatihan Membuat Toko Online Pada Kredit Usaha Mikro di Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur

Dinni Agustin, Agusti Eviana Sari, Mei Supriyani, Tafrizi, Nurminingsih

Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Manajemen dan Administrasi Bisnis Universitas Respati Indonesia
dinniagustin@urindo.ac.id

Abstrak

masa lalu Usaha Kecil Menengah sekedar dapat melaksanakan proses bisnis secara langsung, akan tetapi sekarang ditengah pandemi covid-19 mereka bisa lakukan usahanya di dunia maya dalam waktu yang singkat. Kondisi seperti ini merupakan kesempatan luas untuk pelaku Usaha Kecil Menengah untuk punya pendapatan melalui cara menggunakan Bisnis *Online* melalui media internet sebagai fasilitas untuk mengembangkan, mengelola dan menjalankan bisnis secara *online*. Bisnis-bisnis yang biasanya memakai modal berwujud gerai, akan tetapi pada bisnis *online* memakai wujud digital (website sebagai alternatif gerai). Tujuan dari pelatihan ini adalah agar pelaku UKM dapat memanfaatkan aplikasi untuk membuat toko *online* yang sekarang ini sedang maju cepat dan memberikan layanan secara Cuma-cuma, misalnya; Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan lain-lain. Hasil yang dicapai setelah mengikuti pelatihan ini adalah peserta dapat memulai membuat toko/bisnis *online* dengan mengetahui cara dan skema pasar yang akan dilaksanakan dengan cara membuat rancangan keuangan, membuat daftar barang yang akan dijual, dan bagaimana cara mengekspos toko virtual melalui aplikasi E-marketing untuk menunjukkan barang yang akan mereka jual.

Kata kunci : bisnis *online*, toko *online*, UMKM

Abstract

In the past, SMEs only carried out buying and selling transactions in the real world, today the midst of the COVID-19 pandemic, they can do their business in cyberspace in a matter of seconds. This is a great opportunity for SMEs to start earning by utilizing online business through the internet as a means of working to build and manage and run an online business. Businesses that usually use physical assets (stores), but online businesses use digital assets (websites instead of shops). The purpose of this training is so that SMEs can use the application to create an online store that is currently growing rapidly and offers all its services for free, such as; Shopee, Tokopedia, Bukalapak and others. The results achieved after participating in this training are that participants can start creating an online shop/business by knowing the market techniques and strategies that will be implemented, such as making a financial plan, making a list of products to be offered, as well as techniques on how to open a virtual shop (E-application). marketing) that will display the products they are going to sell.

Keywords : online business, online shop, MSME

PENDAHULUAN

Melihat perkembangan teknologi saat ini sangat memberikan dampak pada kemajuan ekonomi. Dengan kemajuan teknologi maka menjadi semakin mudah mendapatkan segala kebutuhan informasi yang menyebabkan pertumbuhan ekonomi semakin pesat. Jaringan internet yang stabil tentu saja dibutuhkan untuk melakukan teknologi informasi saat ini. Selain itu, masyarakat juga sudah

<http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS>

Article History :

Submitted 04 Oktober 2022, Accepted 24 Oktober 2022, Published 31 Oktober 2022

mulai banyak melakukan aktivitas pekerjaannya dengan memanfaatkan fasilitas internet, termasuk para bertransaksi. Pada masa kini melakukan bisnis tidak lagi membutuhkan modal yang besar, akan tetapi membutuhkan keahlian dalam melihat kesempatan, kemampuan dalam mengolah modal yang dimiliki, juga daya cipta menggunakan SDM yang ada. Kalau dulu pelaku UKM hanya dapat melaksanakan transaksi di dunia nyata saja, saat ini mereka sudah dapat melakukan usahanya di dunia maya, hanya dalam waktu beberapa detik saja. Kondisi seperti ini merupakan kesempatan yang luas untuk Usaha Kecil Menengah agar dapat mempunyai pendapatan melalui fasilitas digital.

Fasilitas bisnis seperti tersebut diatas kita kenal dengan nama Bisnis *Online*, kegiatan ini bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial sebagai cara kerja untuk mengembangkan serta menjalankan usaha. Dalam menggerakkan usaha online adalah sama saja layaknya usaha pada umumnya, salah satu yang menjadi pembeda adalah pada media yang digunakan. Pada kondisi umum kita menjalankan bisnis dengan memakai fasilitas toko, akan tetapi pada bisnis online kita memakai fasilitas digital.

Saat ini aplikasi toko *online* tumbuh sangat cepat serta menjajakan berbagai fasilitas layanan secara *free*, misalnya; Tokopedia, Bukalapak, Shopee serta yang lainnya. Untuk dapat melancarkan usaha *online* memerlukan cara dan upaya misalnya membuat rancangan keuangan, membuat daftar barang yang akan dijajakan, juga bagaimana cara memulai toko secara virtual dengan menggunakan aplikasi *E-marketing* yang dapat menunjukkan produk-produk yang kita hasilkan.

Kondisi pelaku UKM di Kelurahan Cilangkap Jakarta Timur selama ini masih menggunakan cara konvensional dalam pemasaran produknya sehingga profit atau keuntungan yang dihasilkan tidak sebesar toko virtual (online). Dari permasalahan diatas, diusulkan untuk mengadakan pelatihan bisnis *online* kepada pelaku UKM di wilayah Kelurahan Cilangkap kerja sama antara Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Respati Indonesia dengan Kelurahan Cilangkap. Tema dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah **“Pelatihan Membuat Toko Online untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur”**.

TUJUAN

Tujuan memberikan pelatihan adalah untuk:

- a. memudahkan pelaku UKM memanfaatkan program *free* web yang ada, tidak perlu membayar aplikasi web, pajak seperti mereka membuka toko secara tradisional.
- b. Untuk memudahkan pelaku UKM melakukan marketing secara luas dengan cara melakukan penjualan secara online dengan memakai aplikasi *E-Marketing*

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

- c. Untuk memudahkan pelaku UKM memiliki toko secara *online* melalui *E-Marketing* untuk mendapatkan keuntungan yang lebih baik, tanpa harus membayar programmer untuk membuat sebuah marketing web atau toko online.

METODA

- a. Paparan dan pelatihan, cara ini dipakai untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan pada peserta mengenai hal-hal terkait marketing melalui media *online*.
- b. Praktik dan bimbingan, cara ini dipakai agar ada waktu untuk berlatih membuat toko *online* dengan menggunakan media digital camera dan *handphone* camera.
- c. Diskusi, tanya jawab, peragaan, tutorial, tugas dan penilaian terhadap kemampuan peserta pelatihan dalam upaya menggambarkan kondisi keuangan usaha yang akurat.

TAHAP PERSIAPAN

Mengetahui target Usaha kecil Menengah di Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur. Melalui proses ini akan dihasilkan informasi yang tepat untuk memulai program, kemudian mengevaluasinya hingga ke proses selanjutnya.

TAHAP PELAKSANAAN

- a. Pemateri disyaratkan memiliki kemampuan baik secara teori maupun praktik dalam memberikan pelatihan.
- b. Pada saat mempersiapkan pelatihan dilaksanakan secara teliti, dimulai dari proses perijinan hingga evaluasi.
- c. Bahan untuk pelatihan berupa sistem untuk pembuatan toko online dengan cara mudah, cepat, lengkap, komunikatif dan menarik.
- d. Materi untuk evaluasi meliputi: persiapan, pelaksanaan, peserta hingga akhir pelatihan.
- e. Luaran pelatihan berupa rancangan toko *online* yang dibuat oleh peserta pelatihan.

TAHAP PELAPORAN

Sebagai tahap akhir kegiatan pelatihan maka akan dilengkapi dengan laporan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

HASIL

“Pelatihan Membuat Toko *Online* dengan Kamera *Smartphone* Bagi Usaha Mikro Kecil Di Kelurahan Cilangkap Jakarta Timur” diselenggarakan pada hari Minggu, tanggal 28 November 2021 pukul 80.30-11.30 WIB, di RPTRA Garuda, Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur. Pelatihan ini

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

dilaksanakan dengan cara tatap muka namun tetap menerapkan protokol kesehatan pandemi covid-19. Pelatihan dimulai dengan penandatanganan kerja sama tingkat Rektorat dan tingkat Fakultas Manajemen dan Bisnis URINDO dengan Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur.

Kegiatan ini ditujukan pada peserta Usaha Kecil Menengah yang tergabung dalam Jaringan Wirausaha "JAWARA", dengan tujuan supaya mereka memiliki *skill* untuk menyampaikan produk yang menarik kepada konsumen. Pada pelatihan ini peserta diberikan ilmu tentang cara memasarkan produknya di toko *on-line* mereka sendiri atau bergabung dengan salah satu *market place* terkemuka.

Di harapkan pada akhir kegiatan ini, peserta mampu mengimplementasikan *skill* mereka pada usaha kecil menengah dan mampu mendapatkan laba usaha yang tinggi, dengan menampilkan foto produk yang lebih baik dan menarik sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak.

LATAR BELAKANG PESERTA

Peserta pelatihan terbanyak berasal lulusan Sekolah Menengah Atas dan Universitas. Walaupun ada perbedaan pendidikan tapi tidak menimbulkan kesulitan dalam memahami materi yang disampaikan oleh pelatih, peserta aktif mengajukan pertanyaan pada saat berdiskusi.

TANGGAPAN PESERTA PELATIHAN

Bahan pelatihan membuat toko *online* yang disampaikan mencakup praktik dan diskusi. Dari hasil kuesioner evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan, nampak peserta memberi tanggapan pelatihan cukup baik, hal tersebut nampak dari antusiasme peserta dalam menyampaikan pertanyaan, selain itu juga permintaan untuk mengulang praktik bagaimana memanfaatkan aplikasi untuk membuat toko *online*.

SOLUSI

Berkenaan dengan permasalahan yang muncul, diusahakan kepada peserta untuk memberikan jalan keluar untuk memberikan kesempatan berlatih lebih banyak dalam pembuatan toko *online* memakai kamera digital melalui *handphone* yang dimiliki para peserta. Pengetahuan dan ketrampilan peserta diharapkan meningkat dalam menggunakan aplikasi pembuatan toko *online*.

SIMPULAN

Membuat toko *online* pada saat kondisi pandemi sangat membantu pelaku UMKM untuk tetap dapat memasarkan produknya tanpa harus melakukan tatap muka. Kemampuan untuk dapat membuat toko *online* dapat dilakukan baik oleh pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya dan

Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)

tentunya untuk memperoleh keuntungan dari bisnis yang mereka lakukan. Pengetahuan dan keterampilan yang terarah dalam memahami persyaratan yang diajukan oleh mereka pemegang aplikasi (go-food, grab-food, shoope, dll) untuk memasarkan produk pelaku UMKM wajib diketahui sebelum mereka bergabung dalam jaringan usaha yang luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia, B. (2016). Profil bisnis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), 45.
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan produk halal, 3(1), 73–92.
- Zamroni, M. (2013). Peran Bank Syariah Dalam Penyaluran Dana Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), 6(2), 225–240.
- Prakoso, Eko Prasetyo (2015). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran 2(2), 45-60
- Yunita, Rahma Indah (2017). Performa Kepemimpinan Terhadap Kualitas pelayanan yang efektif, 1(3)
- Hariyati SS, N. (2010). Peran bank syariah dalam mengoptimalkan UMKM kota yogyakarta. Indonesia, B. (2016).
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista, 3(1), 73–92.
- Megginson, W.L., M.J. Byrd, and L.C. Megginson. 2000. Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook. Third Ed. Irwin McGraw-Hill. Boston
- Rahman, Arief. 2008. Klasifikasi UKM. Online (<http://infoukm.wordpress.com>) diakses 15 Januari 2014