

Pendampingan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Promosi Yudharta Advertising and Press

M. Imron Mas'ud

Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri, Universitas Yudharta Pasuruan, Pasuruan, Indonesia

Email: imron@yudharta.ac.id

Email Penulis Korespondensi: imron@yudharta.ac.id

Abstrak–Persaingan usaha saat ini menuntut setiap pelaku usaha untuk memilih e-commerce sebagai media promosi atau perdagangan sehingga membuka pangsa pasar yang luas. Pengabdian ini bertujuan dalam pembuatan e-commerce bagi Yudharta Advertising and Press sebagai media promosi penjualan. E-commerce yang akan dibuat ini adalah penjualan produk dari Yudharta Advertising and Press meliputi penjualan buku ISBN terbitan Yudharta Press. Pelaksanaan pengabdian ini dilaksanakan selama satu minggu, proses pelaksanaan terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu proses FDG, pengumpulan informasi, pendampingan, dan launching program. Hasil pengabdian didapat tersedianya e-commerce sebagai marketplace media promosi dalam meningkatkan penjualan dan membuka pangsa pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: E-Commerce; Media Promosi; Yudharta Advertising and Press; Penjualan Buku

Abstract–Today's business competition requires every business actor to have e-commerce as a promotional or trade media so that it opens up a wide market share. This service aims to create e-commerce for Yudharta Advertising and Press as a media for sales promotion. The e-commerce that will be made is product sales from Yudharta Advertising and Press including sales of ISBN books published by Yudharta Press. The service is carried out for one week, the implementation process is divided into three stages, namely the FDG process, gathering information, mentoring, and launching the program. The result of the dedication is the availability of e-commerce as a promotional media marketplace in increasing sales and opening up a wider market share

Keywords: E-Commerce; Promotion Media; Yudharta Advertising and Press; Book Sales

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini begitu pesat salah satunya adalah bidang internet, keberadaan internet memberikan pengaruh bagi berbagai aspek kehidupan (Mas'ud, Zahro, et al., 2021). Baik kehidupan secara individu, sosial maupun yang terkait dengan dunia usaha atau bisnis sebagai media promosi penjualan produk untuk mempermudah dan mempercepat proses komunikasi dan informasi salah satunya e-commerce. E-commerce merupakan proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik dengan memanfaatkan internet (Pandiangan & Siregar, 2021)(Tantiono et al., 2017).

Penggunaan e-commerce pada saat ini merupakan syarat bagi sebuah usaha/bisnis/perusahaan, agar usaha tersebut dapat bersaing secara global. Banyak penelitian yang menekankan efisiensi dalam penggunaan e-commerce. Selain itu juga peneliti banyak melihat dampak positif yang diberikan oleh e-commerce dibandingkan dampak negatifnya. Sekarang banyak perusahaan, baik perusahaan kecil atau perusahaan besar memanfaatkan e-commerce sebagai upaya meningkatkan bisnisnya (Mas'ud, Cahya, et al., 2021). Berdasarkan penelitian dan studi kasus di Australia ada beberapa faktor yang mendorong perusahaan dalam memanfaatkan e-commerce: (1) penggunaan komputer dan teknologi informasi oleh sebuah perusahaan (2) Penerapan e-commerce saat ini, dan rencana dimasa yang akan datang (3) kendala dalam penggunaan e-commerce (4) keahlian dari staff teknologi informasi pada sebuah perusahaan. E-commerce setidaknya memberikan enam buah dampak positif bagi operasi bisnis suatu perusahaan. Keenam dampak tersebut yaitu: meningkatkan efisiensi, penghematan biaya, memperbaiki kontrol terhadap barang, memperbaiki rantai distribusi (supply chain), membantu perusahaan menjaga hubunganyang lebih baik terhadap pelanggan dan membantu perusahaan dalam menjaga hubungan yang lebih baik terhadap pemasok (Kasmi & Candra, 2017)(Wahyudin et al., 2021).

Adapun kendala yang dihadapi, dan merupakan sebuah tantangan bagi kita sekarang ini adalah mengenai keamanan dan metode pembayaran (Youssef, dan Soliman, 2003; Pranata dan Darma, 2014; Mahyuni et al, 2020). Dengan perkembangan teknologi internet, diharapkan masalah tersebut akan semakin terkendali untuk masa yang akan datang. Penggunaan e-commerce merupakan sebuah keharusan dalam dunia usaha, mengingat masalah yang semakin kompleks, kompetitor yang semakin menjamur dan tuntutan untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global yang mengharuskan untuk selalu bertindak kreatif (Awaliyani, 2014).

Pemanfaatan e-commerce diharapkan dapat mempercepat perkembangan dunia usaha, baik kelas kecil, menengah maupun atas (Pandiangan & Siregar, 2021). Efek positif tersebut pasti akan terasa jika perusahaan dapat menggunakan e-commerce dengan baik dan menyesuaikannya dengan sifat dan sifat bisnisnya. Salah satu ciri e-commerce adalah efisiensi dalam dunia bisnis. Baik secara material (biaya) maupun efisien secara material (tenaga dan waktu). Di sisi biaya misalnya, perusahaan dapat menekan biaya dengan menggunakan telepon dan internet sebagai media massa untuk menawarkan dan mengiklankan barang atau jasa (Perdana Putra & Kadek

Dwi Nuryana, 2021). Karena lebih murah daripada cara tradisional atau offline. Di sisi lain, efisiensi biaya juga dapat terjadi akibat pengurangan staf di beberapa posisi (Nurbayzura et al., 2022).

Penggunaan e-commerce dapat mengurangi waktu kerja. Ini terjadi, misalnya, ketika faks dan email digunakan untuk mengirim surat bisnis yang berbeda. Dengan demikian, selain berkonsekuensi pada peningkatan layanan pelanggan (konsumen/pelanggan) atau pelanggan, penggunaan e-commerce dapat dijadikan sebagai alat strategis dalam menghadapi pesaing atau kompetitor. Dalam hal layanan pelanggan, e-commerce memfasilitasi komunikasi dan transaksi antara penjual dan pembeli. Perkembangan teknologi informasi sebagai akibat dari globalisasi juga menciptakan persaingan yang sangat tajam dalam dunia bisnis. Globalisasi ekonomi mengarah pada perubahan radikal, simultan dan sistemik dalam berbagai aspek. Bisnis harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan sehingga mampu menghadapi persaingan yang ketat (Alwendi, 2020).

Peranan e-commerce diharapkan mampu memberikan manfaat yang signifikan dalam menghadapi dunia bisnis yang penuh persaingan tersebut. Perusahaan yang survive dan konsisten serta cenderung meningkat adalah perusahaan yang mampu menerjemahkan dunia teknologi ke dalam dunia usahanya. Penggunaan ecommerce adalah salah satu bentuk implementasi perkembangan teknologi untuk memasarkan produknya (barang atau jasa) ke segala tempat dan segmen, baik dalam bentuk fisik maupun digital, baik skala nasional maupun internasional. Selain memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha, e-commerce juga tidak selamanya menguntungkan (Wahyudin et al., 2021). Dunia internet yang berkembang pesat dianggap berkontribusi terhadap biaya investasi yang relatif rendah dan mampu mengalirkan modal yang besar, dijadikan sebagai media promosi yang besar-besaran. Iklan massal dengan harapan menarik lebih banyak pengunjung tidak selalu menguntungkan.

Peranan e-commerce diharapkan mampu memberikan manfaat yang signifikan dalam menghadapi dunia bisnis yang penuh persaingan tersebut. Perusahaan yang survive dan konsisten serta cenderung meningkat adalah perusahaan yang mampu menerjemahkan dunia teknologi ke dalam dunia usahanya. Penggunaan ecommerce adalah salah satu bentuk implementasi perkembangan teknologi untuk memasarkan produknya (barang atau jasa) ke segala tempat dan segmen, baik dalam bentuk fisik maupun digital, baik skala nasional maupun internasional. Selain memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha, e-commerce juga tidak selamanya menguntungkan. Dunia internet yang berkembang pesat dianggap berkontribusi terhadap biaya investasi yang relatif rendah dan mampu mengalirkan modal yang besar, dijadikan sebagai media promosi yang besar-besaran. Iklan massal dengan harapan menarik lebih banyak pengunjung tidak selalu menguntungkan (Wiranata, 2018).

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode ceramah, diskusi dan tanya jawab. Dalam prakteknya, peserta juga dilatih menggunakan aplikasi shopee dengan tiga tahapan yaitu instalasi aplikasi, pembuatan akun shopee, dan melakukan upload produk pada aplikasi. Peserta dibekali dengan modul pembelajaran yang telah disiapkan tentang aplikasi shopee yang diharapkan dapat membantu peserta untuk lebih memahami penggunaan aplikasi shopee. Program pengabdian ini melibatkan delapan sebagai pelaksana inti yang dilakukan selama kurun waktu satu minggu berlokasi di unit usaha produktif Yudharta advertising and press Universitas Yudharta Pasuruan di desa sengonagung kecamatan Purwosari kabupaten Pasuruan.

Evaluasi kegiatan yang dilaksanakan melalui observasi partisipan langsung kepada peserta yang di dampinginya saat praktek berlangsung. Selama praktek, setiap anggota pengabdian melakukan interaksi kepada peserta dan melihat sejauh mana pemahaman peserta dalam mengikuti pembelajaran aplikasi shopee yang diadakan. Data dari catatan setiap anggota tim pengabdian menjadi bahan analisis tematik dengan pendekatan induktif, yang dapat menunjukkan minat serta kemampuan peserta untuk memahami pembelajaran yang diberikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Desain Tampilan

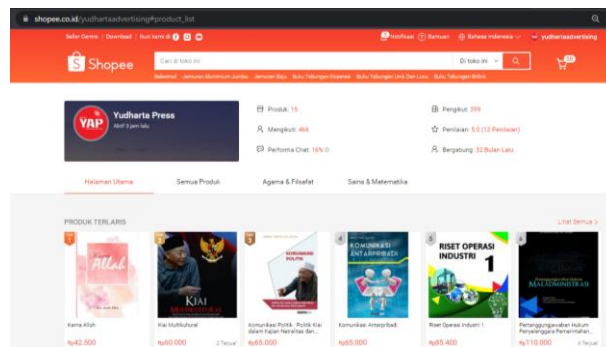
E-commer sebagai market place yang digunakan adalah shopee, pengunjung dapat melihat berbagai produk yang dijual pada halaman utama saat ini masih berisi 15 produk buku yang siap dijual dan pengunjung dapat melihat berbagai jenis produk sesuai kategori dan sub kategori yang dipilih melalui panel navigasi website pengunjung juga dapat melihat produk dengan menggunakan fitur search sesuai kata kunci yang dimasukan. Untuk melakukan pembelian atau mengajukan pertanyaan tentang produk dengan fitur diskusi melalui chat, pengunjung diharuskan mendaftar shopee. Pada halaman detail produk, pengunjung dapat melihat informasi seperti foto, deskripsi, varian warna dan ukuran, harga, dan ulasan produk.

3.2 Desain Proses

Pengunjung yang telah selesai memilih barang yang dibeli dapat melakukan checkout dengan memasukan informasi pengiriman dan memilih jasa kurir yang ingin beserta ongkos kirimnya sesuai yang ditampilkan pada website. Setelah itu pembeli dianjurkan melakukan konfirmasi pembayaran. Setelah pembayaran selesai penjual akan mengirimkan barang yang diorder melalui pihak ekspedisi dan melakukan konfirmasi pengiriman dan juga input resi.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan selama seminggu di Yudharta Advertising and Press Universitas Yudharta Pasuruan di desa senganagung kecamatan Purwosari kabupaten Pasuruan. Berdasarkan pelatihan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian, antusias peserta untuk belajar sangat baik apalagi kebanyakan peserta yang mengikuti kegiatan ini lebih dominan dengan peserta kaum muda.

Pelatihan yang hanya berlangsung selama seminggu terasa masih kurang cukup untuk pemahaman penggunaan aplikasi yang begitu kompleks, walau para peserta didukung dengan handphone yang rata-rata android dan mampu mengakses internet serta menjalankan aplikasi Shopee serta akses internet yang cukup baik. Walau tim pengabdian melakukan pelatihan dengan waktu yang terbatas, tetapi kegiatan dapat dilaksanakan dan telah berhasil melakukan pembelajaran level awal yaitu peserta mampu mengenal aplikasi shopee, peserta mampu membuat akun shopee, dan peserta dapat melakukan uji coba upload produk yang sudah dapat dilakukan. Untuk tambahan pembelajaran selanjutnya, peserta dibekali dengan video pembelajaran serta modul yang telah disiapkan oleh tim pengabdian masyarakat. Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan selama dua minggu dengan tujuan untuk fixkan bentuk e-commerce sebagai marketplace dan media informasi, sebagai sarana promosi dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Pembuatan marketplace shopee dilaksanakan secara bertahap, mulai dari penentuan nama (<https://shopee.co.id/yudhartaadvertising>), desain template, mengisi konten hingga terpublikasi.



Gambar 1. Galeri buku cetak

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berjalan dengan baik. Para peserta begitu antusias untuk mengikuti kegiatan yang diadakan. Ini terbukti dari peserta yang aktif dalam kegiatan yang diharapkan. Kegiatan berlangsung dengan baik dengan pembelajaran level awal yaitu pengenalan aplikasi, pembuatan akun sampai melakukan uji coba upload produk sudah dapat dilakukan. Diharapkan untuk pengembangan berkelanjutan dari kegiatan pengabdian ini, dapat dikembangkan lebih lagi dalam pembelajaran shopee yang berkelanjutan, seperti uji coba penjualan barang, cetak resi dan pengiriman pesanan, maupun pembelajaran untuk melakukan foto produk yang baik untuk meningkatkan daya tarik pembeli. Namun, semua kemajuan pembelajaran ini dapat lebih diupayakan juga dengan pendampingan yang lebih dalam serta juga harus didukung penuh oleh antusias masyarakat untuk mau belajar.

REFERENCES

- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/2486>
- Awaliyani, I. (2014). Perancangan dan Pembuatan Aplikasi E-Commerce Pada Toko Ikna Chocio Cake. *Procciding KMSI*, 2(1), 88–100. <https://ojs.stmikpringsewu.ac.id/index.php/kmsi/article/view/266>
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal AKTUAL*, 15(2), 109. <https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Mas'ud, M. I., Cahya, M. D. D., Alfajar, D. R., Khoiriyah, K., Amin, M. N., Nafi'ah, D., Apriliyah, N. I., Ubaidillah, M., Ryantino, N., Najib, M. A., Agustina, D., Maghfiroh, N., Wardani, H., & Khasana, L. (2021). Kampung Sutera community assistance in making educational photo spots from glass waste. *Community Empowerment*, 6(11), 1987–1990. <https://doi.org/https://doi.org/10.31603/ce.5349>

- Mas'ud, M. I., Zahro, M., Setiawan, B., Putri, W. L., Kurniasari, N. S., Fauzi, A., Risma, N., & Nafisah, J. (2021). Pendampingan Masyarakat dalam Pembentukan Wisata Edukasi Kampung Sutera. *Journal Community Empowerment*, 6(7). <https://doi.org/10.31603/ce.5254>
- Nurbayzura, W., Ahabab, T., Aqila, N. D. P., Sulistyowati, I., Khrisna, G. P., Dewanti, M. C., Wikartika, I., & Aminah, S. (2022). Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace Shopee Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kelurahan Sananwetan Kota Blitar. *Literasi: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 1347–1352.
- Pandiangan, N., & Siregar, L. F. (2021). Pelatihan E-Commerce (Shopee) Kepada Mama-Mama Penjual Noken Di Distrik Sota. *Abdi Reksa*, 2(2), 15–22. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/abdireksa/article/view/15770%0Ahttps://ejournal.unib.ac.id/index.php/abdireksa/article/viewFile/15770/8144>
- Perdana Putra, F., & Kadek Dwi Nuryana, I. (2021). Rancang Bangun Aplikasi Percetakan Online (Studi Kasus: Jadi Jaya Printing). *Jurnal Manajemen Informatika*, 1–13.
- Tantiono, S., Rostianingsih, S., & Lipesik, V. J. (2017). Perancangan dan Pembuatan E-Commerce pada Toko M. *Jurnal Infra*, 5(1), 24–30.
- Wahyudin, W., Maulana, F. R., Faisol, M., Yolanda, Y., & Zuraidah, E. (2021). Aplikasi Sistem Informasi Pelayanan Masyarakat Rukun Tetangga 02 Kelurahan Kalibaruberbasis Website. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 14–21. <https://djournals.com/jpm/article/download/207/138>
- Wiranata, B. (2018). Pengelolaan Dan Pengembangan Bisnis Percetakan Pada Pt. Ubital Offset Printing. *Agora*, 1(1), 554–558.