
SOSIALISASI PENGGUNAAN ONLINE SHOP BERBASIS WEBSITE DI UMKM KAWIS BEKASI

Indica Yona Okyanida¹, Neng Nenden Mulyaningsih², Rendi Prasetya³, Fita Widiyatun⁴

^{1,2}Program Studi Pendidikan Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Indraprasta PGRI
Jalan Nangka Raya, C JL. TB Simatupang No. 58, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

^{3,4}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Indraprasta PGRI
Jalan Nangka Raya, C JL. TB Simatupang No. 58, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

²Alamat e-mail: nengnendenmulyaningsih@gmail.com

Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menambah pengetahuan mengenai jual beli online shop berbasis website. Diharapkan dari hasil sosialisasi ini dapat memberikan pemahaman baru mengenai jual beli online, pengembangan jual beli online, dan pemahaman tentang jual beli online kepada masyarakat atau UMKM Kawis. Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah, praktik dan diskusi secara langsung. Metode ceramah digunakan dalam proses penyampaian materi pelatihan/sosialisasi, sedangkan metode praktik digunakan agar peserta dapat mencoba secara langsung ilmu yang sudah diperoleh dari hasil menyimaknya, dan metode diskusi digunakan agar anggota UMKM Kawis bisa berdiskusi tentang bisnis online berdasarkan online shop berbasis website. Target luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah 1) Anggota UMKM Kawis mampu mengetahui bagaimana proses jual beli secara online; 2) Anggota UMKM Kawis mendapatkan informasi tentang cara menggunakan website dalam jual beli online; 3) UMKM Kawis diharapkan mampu mengembangkan bisnis jual beli online berbasis website; dan 4) Penjualan komoditas yang dimiliki UMKM Kawis yaitu berupa batik tulis menjadi meningkat.

Kata Kunci: online shop, website, UMKM, jual beli, batik tulis

Abstract

This community service aims to increase knowledge about website-based online shop buying and selling. It is hoped that the results of this socialization can provide a new understanding of online buying and selling, the development of online buying and selling, and an understanding of online buying and selling to the community or Kawis MSMEs. This activity is carried out using lecture, practice, and direct discussion methods. The lecture method is used in the process of delivering training/socialization material, while the practical method is used so that participants can directly try out the knowledge they have gained from listening to it, and the discussion method is used so that Kawis MSME members can discuss online business based on website-based online shops. The expected output targets from this activity are 1) Kawis MSME members can know how the online buying and selling process works; 2) Kawis MSME members receive information about how to use the website for online buying and selling; 3) Kawis MSMEs are expected to be able to develop a website-based online buying and selling business; and 4) Sales of commodities owned by MSME Kawis, namely handmade batik, have increased.

Keywords: online shop, website, UMKM, buy and sell, handmade batik.

PENDAHULUAN

Saat ini jual beli secara online sudah umum dilakukan oleh masyarakat, dimana penjual dan pembeli tidak melakukan transaksi langsung secara tatap muka, karena itulah aktivitas jual beli ini dilakukan secara online (Kasmawi, dkk, 2019; Saprida, dkk, 2023). Transaksi yang dilakukan menggunakan sebuah media atau alat sebagai penghubung antara penjual yang menawarkan produknya kepada calon pembeli dan pembeli untuk melihat-lihat dan mendapatkan penawaran

produk secara online (Suri dan Hasibuan, 2021; Ahab, dkk., 2023). Media yang saat ini umum digunakan dapat berupa website maupun aplikasi yang diakses melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan internet (Hendra, 2021).

Masyarakat Bekasi secara umum sudah maju dan mengikuti berbagai perkembangan teknologi, namun masih ada beberapa kelompok yang sudah merasa cukup dengan hasil teknologi yang biasa digunakannya, khususnya anggota UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang tergabung di UMKM Kawis masih banyak yang belum bisa memanfaatkan media online berbasis website sebagai fasilitas dalam penjualan atau promosi produk kepada konsumen, dikarenakan masih banyak anggota UMKM Kawis yang memasarkan atau mempromosikan hasil produknya melalui aplikasi Whatsapp dengan memasang status dari produk yang dipasarkannya. Keterbatasan jangkauan atau target penjualan yang dilakukan Whatsapp tidaklah luas, apalagi status yang dipasang dalam aplikasi whatsapp akan hilang sendirinya setelah 24 jam, dan hanya terbatas untuk orang-orang yang kontakannya tersimpan pada gawai kita. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah media yang dapat membantu anggota UMKM Kawis dalam memasarkan produknya berupa batik tulis kepada masyarakat umum.

Pemanfaatan media online berbasis website ini tergolong pada *E-Commerce* yang dipercepat dengan adanya pandemi Covid-19 (Kwilinski, 2023; Maharani, dkk, 2021). *E-Commerce* merupakan suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara online melalui media elektronik berbasis internet menggunakan teknologi ICT (*Information and Communication Technology*). Semuanya bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja dengan jauh lebih mudah (Nurhandryani, 2018; Laudon dan Traver, 2020).

Dengan adanya UMKM sebagai penggerak roda perekonomian nasional terbukti sangat berkontribusi dan perannya dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dibanding bisnis lainnya, dengan demikian bahwa UMKM dapat menekan jumlah angka pengangguran dan kemiskinan. Permasalahan yang umum dihadapi pelaku UMKM seperti keterbatasan permodalan, sumber daya manusia yang kurang kompeten di bidangnya dan pemanfaatan teknologi perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk penguatan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan sosialisasi dan pendampingan penggunaan online shop berbasis website di UMKM Kawis Bekasi, dengan tujuan di antaranya yaitu 1) Anggota UMKM Kawis mampu mengetahui bagaimana proses jual beli secara online; 2) Anggota UMKM Kawis mendapatkan informasi tentang cara menggunakan website dalam jual beli online; 3) UMKM Kawis diharapkan mampu mengembangkan bisnis jual beli online berbasis website; dan 4) Penjualan komoditas yang dimiliki UMKM Kawis yaitu berupa batik tulis menjadi meningkat.

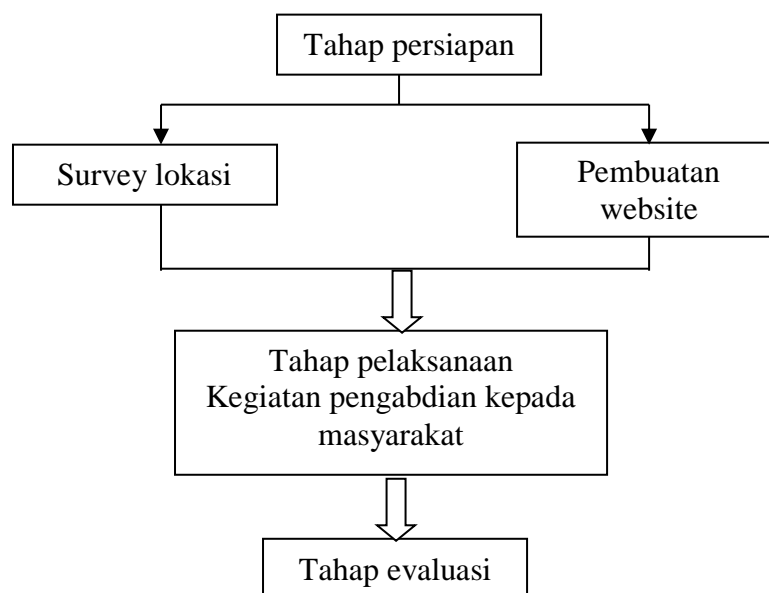
METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara hybrid dengan komposisi luring 70% dan daring 30% menggunakan aplikasi Google Meet dengan mitra UMKM Kawis Bekasi. Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi pengamatan (observasi), wawancara, dokumentasi, sosialisasi, pelatihan, dan monev (monitoring dan evaluasi). Pengamatan (observasi) dan wawancara dilakukan untuk mengetahui permasalahan mitra. Dokumentasi digunakan untuk mendukung kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Kegiatan diisi dengan sosialisasi dan pelatihan serta pendampingan terhadap seluruh anggota UMKM Kawis Bekasi.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap pertama adalah tahap persiapan, dalam tahap ini tim melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui kondisi target kegiatan dengan menganalisis kondisi tempat yang akan digunakan, kondisi peserta yang akan diberikan pelatihan, dan menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan. Secara rinci pada tahap persiapan ini beberapa hal yang dilakukan yaitu: (1) menganalisis sistem penjualan online yang sudah dilakukan oleh anggota UMKM Kawis sebagai penjual kepada pembeli di lingkup masyarakat Bekasi, Jawa Barat pada khususnya dan masyarakat luar Bekasi pada umumnya. Berdasarkan analisis ini akan ditemukan solusi yang dapat dilakukan oleh anggota UMKM Bekasi sebagai penjual; (2) Merancang sebuah program yang dapat diadopsi oleh anggota UMKM Kawis berdasarkan permasalahan yang terjadi di lingkungan anggota UMKM Kawis dalam proses jual beli. Dengan demikian penulis menemukan sebuah media yang tepat untuk dapat digunakan oleh anggota UMKM Kawis yakni media jual beli online shop berbasis website; (3) Mendesain program jual beli online berbasis website dengan menggunakan sistem kerja PHP yang terintegrasi melalui sebuah hosting dengan sebuah domain untuk dapat diakses oleh masyarakat umum di mana masyarakat dapat mengetik alamat website yang sudah ditentukan; (4) Penulis kemudian menguji program ini terlebih dahulu untuk memastikan tingkat kesalahan penggunaan seminimal mungkin bersama beberapa anggota UMKM Kawis Bekasi, Jawa Barat dan agar di kemudian hari dapat dikaji ulang sebagai bagian dari perbaikan system; (5) Program yang telah didesain merupakan program open-source dengan single-admin. Dimana program jual beli online shop berbasis website ini masih dikendalikan oleh seorang operator/admin dalam transaksi jual beli dari penjual kepada pembeli maupun sebaliknya. Adapun operator yang melakukan pengawasan transaksi jual beli online ini adalah salah satu anggota pengurus UMKM Kawis Bekasi, Jawa Barat; (6) Penulis melakukan pemeliharaan dari penerapan program yang telah dijalankan agar

saat terjadi kesalahan sistem akan dapat langsung diperbaiki berdasarkan laporan dari operator yang ditunjuk sebagai admin.

Tahap kedua yaitu tahap pelaksanaan, dalam tahap ini tim melakukan sosialisasi dan pelatihan menggunakan online shop berbasis website untuk memasarkan batik tulis hasil produksi UMKM Kawis Bekasi. Tahap ketiga adalah evaluasi yang dilakukan terhadap proses kegiatan. Evaluasi berkaitan selama kegiatan berlangsung dari tahap persiapan sampai tahap pelaksanaan, yang meliputi keadaan UMKM Kawis, kehadiran peserta pelatihan, antusias peserta saat mengikuti kegiatan, dan saran atau kritik terhadap kegiatan. dalam tahap evaluasi ini tim melakukan monitoring dan evaluasi ke UMKM Kawis untuk melihat perkembangan anggota UMKM dalam menerapkan aplikasi penjualan online berbasis website. Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan secara berkala sejak bulan Juni hingga Desember 2023. Secara ringkas tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram alur kegiatan pengabdian masyarakat

Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan dengan menganalisis beberapa parameter *user interface* dan parameter *user experience*:

Parameter *user interface* meliputi: 1) Tampilan awal website penjualan batik menarik; 2) Kombinasi warna pada website penjualan batik menarik dan cocok; 3) Jenis huruf yang digunakan pada website penjualan batik terlihat jelas dan mudah terbaca; 4) Gambar yang ada pada website penjualan batik terlihat jelas; dan 5) Kesesuaian ukuran font pada website penjualan batik.

Parameter *user experience* meliputi: 1) Website penjualan batik mudah digunakan; 2) Website penjualan batik mudah dalam pengelolaannya; 3) Website penjualan batik dapat memberikan semua

informasi yang dibutuhkan oleh calon pembeli; 4) Website penjualan batik efektif dan efisien digunakan; 5) Website penjualan batik sesuai dengan perkembangan teknologi; 6) Pemasaran batik menggunakan website penjualan batik akan menjadi lebih optimal; dan 6) Website penjualan batik dibutuhkan pada pemasaran produk batik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Batik merupakan warisan budaya bangsa, akan tetapi banyak yang belum mengetahui bahwasanya di daerah Bekasi, Jawa Barat terdapat UMKM batik, yaitu UMKM Kawis. Hal ini menyebabkan batik dari Yayasan Kawis kurang dikenal di daerah setempat, sehingga perlu adanya suatu terobosan yang dapat menginformasikan ke khalayak masyarakat, khususnya daerah Jabodetabek, tentang batik dari UMKM Kawis.

Selain hal tersebut di atas, dalam produksinya, pembatik di UMKM Kawis mempunyai permasalahan, yaitu persaingan dengan pengrajin batik buatan mesin lebih cepat dan mudah diproduksi dengan harga lebih murah dibandingkan dengan batik tulis. Berdasarkan analisis situasi terdapat dua permasalahan besar yang dihadapi oleh mitra pengrajin batik di UMKM Kawis, yaitu kurangnya pengenalan produk hasil dari pengrajin batik tulis di UMKM Kawis ke masyarakat yang lebih luas, karena sampai saat ini masih dipasarkan ke wilayah terbatas saja.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul sosialisasi penggunaan online shop berbasis website di UMKM Kawis Bekasi terlaksana dengan sangat dengan jumlah anggota sebanyak 20 orang. Pada tahapan ini peserta mendapatkan wawasan mengenai materi website mulai dari pengenalan serta fungsi dan manfaat dari penggunaan website tersebut dalam proses pemasaran ataupun sekedar pengenalan produk. Terlihat pada Gambar 1 tahap sosialisasi dan juga pemberian materi tentang pengenalan website.



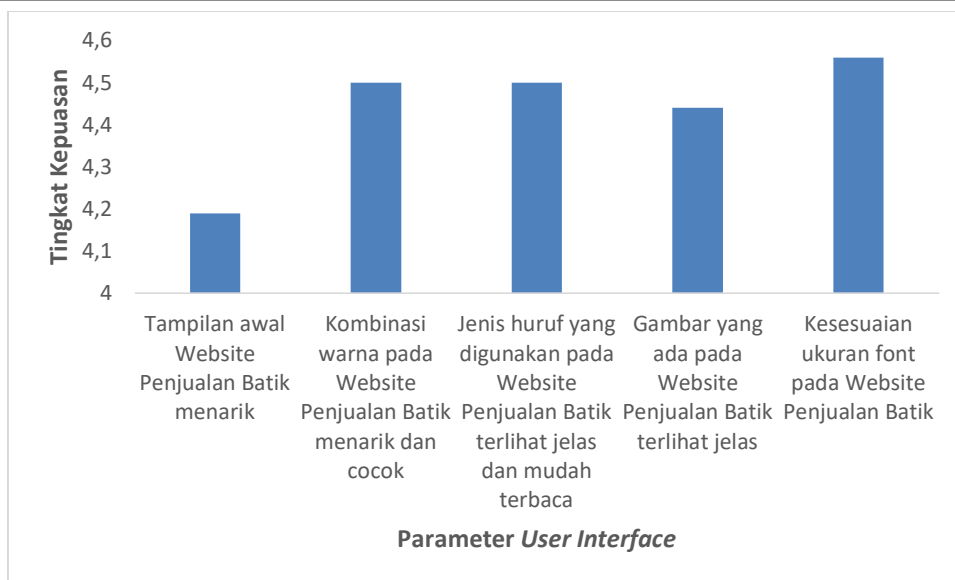
Gambar 1. Sosialisasi pengenalan website.

Pada tahap ini juga para peserta diberikan materi mengenai *digital marketing*, sehingga dapat lebih luas mengenalkan produk batik tulis yang ada ke masyarakat luas seperti tampak pada Gambar 2. Selain materi pada tahapan ini para peserta juga diberikan kesempatan untuk mengelola website mulai dari cara menambahkan produk, memberikan deskripsi produk, memberikan harga serta penambahan proses pembayaran ataupun pengiriman. Serta bagaimana melihat pesanan yang masuk dan juga melihat histori dari barang yang telah terjual. Para peserta juga diberikan pelatihan bagaimana menulis artikel dalam website tersebut untuk memberikan wawasan tambahan mengenai batik tulis ataupun beberapa kegiatan yang dilakukan kepada pengunjung website tersebut dengan tujuan lebih mengenalkan batik tulis dan UMKM Batik Tulis Kawis kepada masyarakat luas.

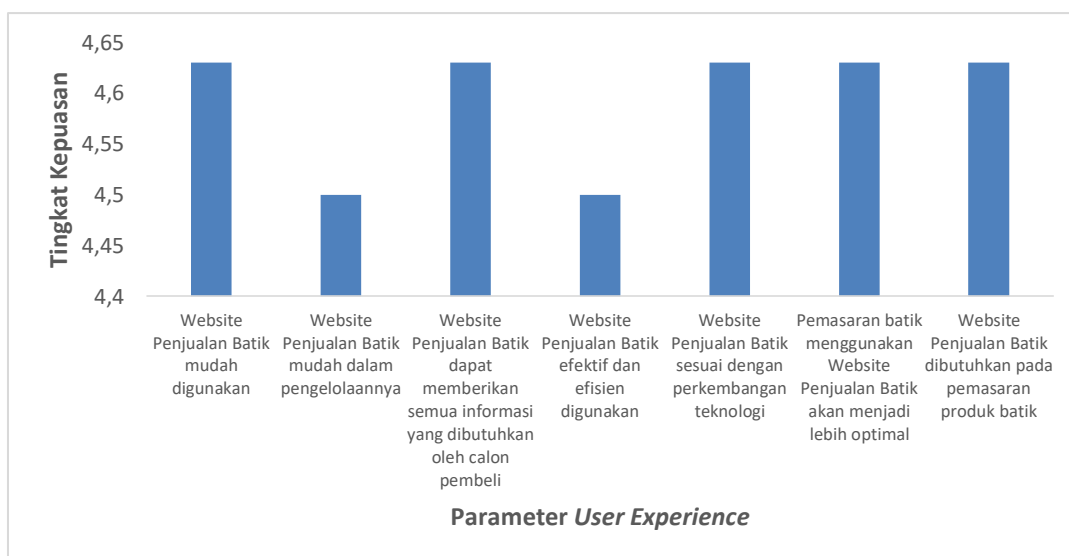


Gambar 2. Pengenalan digital marketing

Pada akhir setiap tahapan ini para peserta pun diberikan angket mengenai pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini. Gambar 3 menunjukkan grafik hasil angket tingkat kepuasan untuk kegiatan sosialisasi pengenalan website untuk pemasaran produk batik tulis di UMKM Kawis untuk parameter *user interface* dan Gambar 4 menunjukkan tingkat kepuasan dari parameter *user experience*.



Gambar 3. Tingkat kepuasan parameter *user interface website*



Gambar 4. Tingkat kepuasan parameter *user experience website*

Tahapan berikutnya adalah proses monitoring sekaligus tahapan pelatihan dan pendampingan pengelolaan website untuk pengenalan UMKM Batik Tulis Kawis. Pada tahapan ini peserta diberikan pengenalan mengenai proses *hosting* dan juga cara pengelolaan lebih mendalam pada suatu website.

Tahap akhir yang dilakukan yaitu analisis dan evaluasi terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terdapat 12 parameter yang dijadikan tolak ukur tingkat keberhasilan kegiatan yang sudah dilakukan dengan hasil seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3 dan Gambar 4. Berdasarkan Gambar 3, dari 5 parameter yang dianalisis untuk tingkat kepuasan terhadap parameter *user*

interface rata-rata bobot penilaiannya mencapai 4,44 dari skala penilaian maksimum 5, artinya tingkat keberhasilan kegiatan yang sudah dilakukan mencapai 88,8% dengan kriteria berhasil atau baik. Demikian halnya untuk Gambar 4, dari 7 parameter yang dianalisis untuk tingkat kepuasan terhadap parameter *user experience* rata-rata bobot penilaiannya mencapai 4,59 dari skala penilaian maksimum 5, artinya tingkat keberhasilan kegiatan yang sudah dilakukan mencapai 91,8% dengan kriteria paripurna atau sangat baik. Sutarno dan Kurniawan (2017) mengungkapkan bahwa penting untuk mentransfer teknologi yang perkembangannya sangat pesat.

SIMPULAN

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan terhadap mitra UMKM Kawis Bekasi Jawa Barat berjalan dengan baik, dengan tingkat kepuasan di atas 88%. Peserta pelatihan telah mendapatkan solusi atas permasalahan yang dihadapinya. Hal ini tampak jelas dari antusiasme para peserta dalam mengikuti kegiatan dan juga saat proses pelatihan. Penerapan website untuk sarana pemasaran digital juga sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada dan diharapkan dapat mendukung proses pengenalan dan pemasaran dari produk batik tulis UMKM Kawis

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Sesuai dengan Kontrak Induk Penelitian Tahun Anggaran 2023 Nomor: 179/E5/PG.02.00.PL/2023, Tanggal 19 Juni 2023, dan Kontrak Turunan Nomor: 1452/LL3/AL.04/2023 Tanggal 26 Juni 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahbab, F. Z., Lazuardi, M. S., Riswanda, I. A., Aini, U. A. N., & Radianto, D. O. (2023). Pengembangan E-KOPMA Sebagai Inovasi Platform Jual Beli Online Kebutuhan Dan Karya Mahasiswa Dalam Upaya Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1385-1396.
- Hendra, S. (2021). Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Online (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).

- Kasmawi, K., Fitri, D.A., Mansur, M., & Syahputri, W. (2019). Aplikasi Jual Beli Online Produk Usaha Kecil dan Menengah Berbasis Android. *Jurnal INSTEK (Informatika Sains dan Teknologi)*, 4(1), 31-40.
- Kwilinski, A. (2023). E-Commerce and Sustainable Development in the European Union: A Comprehensive Analysis of SDG2, SDG12, and SDG13. *In Forum Scientiae Oeconomia*, 11(3), 87-107.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2019: Business, technology, society*. Pearson.
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1-7.
- Nurhadryani, Y., Sa'diah, H. T., Wirnas, D., & Ardiansyah, F. (2018). Evaluasi ict (information and communication technology) literacy petani kedelai. *Jurnal Ilmu Komputer dan Agri-Informatika*, 5(2), 128-133.
- Saprida, S., Umari, Z. F., & Choiriyah, C. (2023). Sosialisasi sistem jual beli online terhadap ibu-ibu pengajian di Jl. AKBP H. Umar Kecamatan Kemuning Palembang. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 2226-2231.
- Suri, G. P., & Hasibuan, Z. S. (2021). Sistem Informasi Penjualan Online Berbasis Web di Tassia Store. *Engineering and Technology International Journal*, 3(01), 55-65.
- Sutarno, R., Kurniawan, E. (2017). Pemanfaatan Teknologi oleh Orang Lanjut Usia di Yogyakarta. *Conference: Seminar Nasional Ke-12 Rekayasa Teknologi Industri dan Informasi*, Yogyakarta.