

## PELATIHAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT KABUPATEN TUBAN

Andy Haryoko<sup>1</sup>, Alfian Nurlifa<sup>2</sup>, Ulfa Yuliasari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

<sup>1</sup>andyharyoko@gmail.com, <sup>2</sup>lifa.nurlifa13@gmail.com, <sup>3</sup>ulfa.yulia11@gmail.com

### ABSTRAK

Pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi informasi telah berkembang pesat saat ini, sehingga menjadi sebuah tantangan bagi para pelaku bisnis dalam mempertahankan produknya di pangsa pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah meningkatkan kemampuan bagi pengelola UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kecamatan Tuban dalam mengimplementasikan e-commerce untuk memperluas pangsa pasar. Oleh karena itu perlunya dilakukan pelatihan sebagai bekal pengetahuan dan ketrampilan mereka dalam mengimplementasikan e-commerce bagi usaha mereka. Produk yang dihasilkan UMKM di kecamatan Tuban secara kualitas tidak kalah dengan produk-produk nasional. Namun produk yang dihasilkan UMKM kecamatan Tuban tidak cukup dikenal oleh khalayak umum. Pengelola UMKM masih belum banyak yang memanfaatkan teknologi informasi (internet dan sosial media) sebagai sarana dalam melakukan pemasaran. Sehingga dalam hal ini para peserta UMKM sangat antusias untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pemasaran berbasis online dengan memanfaatkan teknologi informasi, sehingga dapat memperluas pangsa pasar secara global.

**Kata Kunci:** teknologi informasi; umkm; e-commerce; pemasaran online

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital di era milenial telah melahirkan peluang baru bagi kehidupan perekonomian masyarakat. Perkembangan teknologi ini telah menjadi jembatan atas jarak yang jauh dan memperpendek waktu yang ditempuh. Tentunya ini berita yang menggembirakan bagi masyarakat pelaku bisnis.

Mereka lebih mudah untuk melakukan perluasan pangsa pasar dalam melakukan pemasaran suatu produk atau jasa yang dimiliki. Dalam hitungan waktu yang singkat mereka sudah dapat menjangkau wilayah sejauh apapun dan konsumen sebanyak apapun. Apalagi didukung oleh gaya hidup masyarakat konsumen yang juga sudah jauh berbeda dibanding beberapa tahun lalu.

Hal inipun juga dikarenakan adanya perkembangan teknologi tersebut. Penggunaan teknologi tidak hanya dilakukan pada kalangan industri skala besar namun juga pada kalangan industri kecil maupun menengah. Pada masa perkembangan dunia digital dewasa ini, teknologi informasi memberikan tawaran fasilitas utama untuk kegiatan berbagai sektor kehidupan dan mempunyai peran yang sangat besar terhadap perubahan-perubahan yang

mendasar pada perilaku struktur operasi dan manajemen organisasi.

Sehingga mengikuti perkembangan teknologi informasi di era digital merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh suatu organisasi guna meningkatkan kualitas pelayanannya. Namun pemanfaatan teknologi informasi harus didukung dengan implementasi karena keduanya merupakan dua bidang yang saling berdampingan dalam penyampaian informasi bagi suatu organisasi. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya dan mudahnya peran teknologi informasi dan sistem informasi di kalangan organisasi.

Salah satu perkembangan teknologi yang paling berpengaruh yaitu pada bisnis jual beli online. Saat ini semua pelaku bisnis baik penjual maupun pembeli dimudahkan untuk melakukan transaksi hanya dengan mengklik. Untuk melakukan kegiatan bertransaksi, baik penyedia barang dan jasa ataupun konsumen tidak perlu lagi saling bertatap muka ataupun bertemu secara langsung.

Transaksi dapat dilakukan secara cepat dan tepat di waktu kapan saja dan bertempat dimana saja. Bisa dilakukan baik siang hari ataupun malam hari, baik berada di dalam negeri ataupun luar negeri. Teknologi E-Commerce menjelma menjadi kebutuhan yang

sangat mendasar bagi setiap organisasi yang bergerak di bidang perdagangan.

Dengan memanfaatkan teknologi E-commerce konsumen untuk dapat melakukan pembelian barang yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi internet. Hal ini dirasa sangat bermanfaat bagi konsumen (business to consumer) maupun pelaku bisnis (business to business). Tuban merupakan daerah pesisir pantai dengan banyak tujuan tempat wisata. Tempat wisata Tuban contohnya yang terkenal adalah laut dan pemakaman ziarah wali.

Kawasan Tuban sangat strategis untuk dijadikan peluang bisnis baik di bidang pariwisata maupun penunjang wisata itu sendiri. Sayangnya tidak banyak masyarakat yang mampu untuk bersaing dalam memanfaatkan peluang tersebut. Masyarakat Tuban seakan masih minim pengetahuan dalam persaingan di dunia bisnis.

Sebagian besar masyarakat lokal Tuban, khususnya yang bergerak di bidang pariwisata ataupun perdagangan, tidak banyak yang telah memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran maupun penjualan sehingga mereka kalah dalam bersaing walaupun di lingkungan sendiri. Dengan memanfaatkan fasilitas Teknologi Informasi (TI) khususnya e-commerce dalam memperluas pangsa pasar sangat dibutuhkan sehingga masyarakat Tuban khususnya, sehingga mampu bersaing dengan kompetitornya secara sehat di era milenial dewasa ini.

Dengan memanfaatkan e-commerce, promosi dan penjualan dapat dilakukan keluar kota atau ke seluruh dunia tanpa batasan waktu dan biaya yang relatif sangat rendah dibandingkan promosi secara konvensional. Dengan memanfaatkan teknologi ini penawaran produk ataupun jasa dapat dilakukan sebelum wisatawan datang ke Tuban. Sehingga mereka sudah mempunyai gambaran tentang Tuban, rencana-rencana kunjungan, aktivitas selama di Tuban, bahkan produk yang dapat mereka bawa sebagai buah tangan.

Selain itu e-commerce juga dapat menciptakan peluang bisnis baru yang selama ini belum banyak dilakukan, seperti penjualan produk secara online ke seluruh kota atau seluruh dunia tanpa harus memiliki produk maupun toko sendiri terlebih dahulu. Pelatihan Implementasi E-commerce untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Tuban ini bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi e-

commerce agar pelaku bisnis mampu bersaing dengan kompetitor serta mampu memperluas jangkauan pemasaran yang dilakukan.

Harapannya masyarakat lokal Tuban antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut sehingga kegiatan ini bisa dilaksanakan secara berkesinambungan sebagai upaya meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha bisnisnya..

## METODE PELAKSANAAN

Pendampingan dilakukan dengan pendekatan individual dan klasikal. Pendekatan klasikal dilakukan pada saat pemberian pembekalan tentang pengetahuan pentingnya internet marketing sedangkan pendekatan individual dilakukan pada saat memberikan ketrampilan kepada mereka dalam membuat website bagi UMKM Adapun metode yang digunakan adalah: 1. Ceramah bervariasi.

Metode ini melakukan penyampaian konsep-konsep yang penting untuk dapat dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Penggunaan metode ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa metode ceramah dalam sebuah seminar yang dikombinasikan dengan slide materi yang relatif banyak secara padat, cepat dan mudah. Materi yang diberikan meliputi: pentingnya internet marketing guna memperluas pemasaran. 2.

Demonstrasi Metode ini dilakukan dengan cara mendemokan kepada peserta pelatihan bagaimana proses ataupun tahapan dalam pembuatan website E-Commerce dengan memanfaatkan CMS ( Content Managemeng System). Dengan menunjukkan dan mendemokan secara singkat pembuatan website dapat memudahkan peserta dalam membuat website guna pengelolaan proses bisnis mereka sehingga dapat meningkatkan pemasaran ke tingkat lebih tinggi. 3.

Latihan Metode ini digunakan untuk memberikan tugas kepada peserta pelatihan guna membuat aplikasi website mereka secara langsung disesuaikan dengan bisnis yang dilakukan.

## HASIL YANG DICAPAI

Dari rangkaian kegiatan pelatihan implementasi e-commerce yang telah dilaksanakan terdapat beberapa faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat dalam pelaksanaan kegiatan, antara lain :



Faktor pendukung : Tersedia tenaga ahli yang memadai dalam penggunaan website untuk membantu para penggiat UMKM dalam menyelenggarakan kegiatan sehingga bisa berjalan dengan lancar dan sukses.

Antusiasme para penggiat UMKM yang cukup tinggi terhadap pelatihan ini karena peserta paham tentang pentingnya dan perlunya pengetahuan ini untuk menjangkau perluasan pasar guna mempromosikan produknya yang akan diperjualbelikan kepada konsumen. Ketersediaan dana dari lembaga untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.

Melalui pengabdian masyarakat DIPA Unirow, diharapkan bisa membantu mencari solusi permasalahan yang dialami oleh para penggiat UMKM Faktor penghambat : Penggiat UMKM sebagai peserta pelatihan masih kurang memiliki pengetahuan awal tentang pengoperasian komputer Keterbatasan waktu untuk pelaksanaan pelatihan sehingga beberapa materi tidak dapat disampaikan secara detail.

Daya tangkap para peserta yang bervariasi, ada yang cepat namun juga ada yang lambat sehingga waktu yang digunakan kurang maksimal.

## KESIMPULAN

Sebagai upaya pengembangan bisnis, banyak hal yang perlu dilakukan, salah satunya adalah dengan menerapkannya sistem e-commerce dengan memanfaatkan teknologi informasi dan teknologi internet dalam memudahkan pengelolaan bisnisnya.

Dengan memanfaatkan teknologi internet pelaku usaha dimudahkan untuk melakukan komunikasi melalui surat elektronik, chatting, dan lain sebagainya. Dapat melakukan pengenalan produk yang dihasilkan oleh pelaku bisnis melalui iklan online, juga dapat memperkenalkan usaha yang dikelolanya serta mendapatkan pelanggan baru melalui interaksi melalui website yang telah dibuat.

Dari hasil pembahasan sebelumnya, motif pelatihan penggiat usaha dalam mengimplementasikan e-commerce adalah bisa mengakses pasar global, mempromosikan produk, membangun merk, membantu komunikasi lebih cepat dengan dengan pelanggan, dan dalam rangka memuaskan pelanggan. Hal ini akan bermanfaat untuk meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan

jumlah pelanggan sebagai sarana promosi dalam memperluas bisnis.

Dalam implementasi e-commerce, ada beberapa kendala yang sering dihadapi oleh para penggiat usaha diantaranya adalah lemahnya sumber daya manusia, mahal biaya,

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Utami, Setyaningsih Sri. 2010. *Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis*, (Online), (<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=114863&val=5258>, diakses 5 Januari 2019)
- [2] Awais, Muhammad, & Samin, Tanzila., 2012. Advanced SWOT Analysis of E-Commerce, *International Journal of Computer Science Issues*, Vol. 9, Issue 2, No 2.
- [3] Tayebi, A..2013, Planning activism: Using Social Media to claim marginalized citizens' right to the city, *Cities Journal*, Volume 32, pp 88–93.
- [4] Jinling, Chang et all, 2009. Modelling E-commerce Website Quality with Quality function Deployment, *IEEE International Comperence on Deployment e-bussness Engineering*.