

## Pembuatan *E-commerce* Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk KWT Peduli Lingkungan “ARIMBI” Kecamatan Rumbia

Diterima: 22 November 2021

Direview: 23 Desember 2021

Disetujui: 15 Februari 2022

**\*Fenny Thresia<sup>1</sup>, Elmira Febri Damayanti<sup>2</sup>**

Universitas Muhammadiyah Metro, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung  
Universitas Muhammadiyah Metro, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung

E-mail: Fenny.Thresia@yahoo.com

### ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan *e-commerce* atau akun perdagangan yang belum dipakai untuk media promosi hasil produksi dari KWT Arimbi. Tujuan pengembangan akun *e-commerce* melalui elektronik bagi KWT Peduli Lingkungan “Arimbi” Kampung Reno Basuki, Kecamatan Rumbia, Lampung Tengah yang berfokus pada pengolahan bahan bekas (sampah plastik). Metode pelaksanaan yang dilaksanakan yaitu (1) Survei lokasi, produk, harga jual, pengambilan dokumentasi produk, dan sosialisasi awal, (2) Pengeditan gambar atau video produk agar menarik untuk ditampilkan di katalog *e-commerce*, (3) Pembuatan email satu pintu, (4) Pembuatan akun dagang virtual, (5) Pengunggahan produk, (6) Sosialisasi penggunaan akun dagang virtual, (7) Pemantauan mitra secara berkala. Hasil penelitian ini adalah jangkauan penjualan menjadi lebih luas dan ketersediaan katalog online membuat KWT dapat mempromosikan dagangannya dengan leluasa melalui sosial media.

**Kata kunci: e-commerce, produk KWT, ARIMBI**

### ABSTRACT

*This research is motivated by the use of e-commerce or trading accounts that have not been used for media promotion of the production of KWT Arimbi. The purpose of developing an electronic e-commerce account for KWT Cares for the Environment "Arimbi" Reno Basuki Village, Rumbia District, Central Lampung which focuses on processing used materials (plastic waste). The implementation methods carried out are (1) Location survey, product, selling price, product documentation retrieval, and initial socialization, (2) Editing of product images or videos to make them attractive to display in e-commerce catalogs, (3) Making one-stop emails, (4) Creating a virtual trading account, (5) Uploading products, (6) Disseminating the use of virtual trading accounts, (7) Monitoring partners regularly. The results of this study are that the sales reach is wider and the availability of online catalogs allows KWT to freely promote their wares through social media.*

**Keywords: e-commerce, KWT products, ARIMBI**

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan internet telah memunculkan berbagai peluang baru dalam bisnis, terutama dalam sektor perdagangan. Perkembangan ini seperti menjembatani hal yang awalnya susah dijangkau secara jarak, menjadi lebih mudah dan lebih *mobile*.

Salah satu manfaat adanya perkembangan teknologi dan internet ini ialah berkembangnya *e-commerce*. *E-commerce* atau dikenal sebagai perdagangan elektronik merupakan aktivitas jual beli barang atau jasa dengan menggunakan jaringan telekomunikasi atau jaringan komputer lainnya, Gata (2015). Sukamdani dan Istuningsih (2018) berpendapat bahwa *e-commerce* merupakan media yang sangat efektif dalam berwirausaha karena jangkauan pasar yang tak terbatas.

Menurut Medah (2016) *E-commerce* merupakan bentuk transaksi yang praktis dan menarik dan tanpa batas karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Proses transaksi akan lebih mudah hanya menggunakan perangkat teknologi yang ada seperti laptop, computer atau hand phone. Menurut Sutikno (2016) *e-commerce* adalah jenis perdagangan yang memanfaatkan internet saat melakukan transaksi.

Loudon (2017) dan Maulana (2015) mendeskripsikan bahwa *e-commerce* adalah suatu proses transaksi menggunakan internet antara perusahaan satu dan lainnya. Sedangkan Shely Cashman (2007) dan Hani (2017) berpendapat bahwa *e-commerce* merupakan transaksi jual beli yang mengandalkan jaringan internet untuk mempermudah transaksi.

Kalakota dan Whinston (1997) memiliki beberapa definisi mengenai *e-commerce* ini, yaitu aktivitas transaksi belanja barang/jasa menggunakan fasilitas internet dan melakukan pembayaran dengan uang digital yang tersedia di *e-commerce*.

Maka, *e-commerce* atau perdagangan elektronik ini pada dasarnya memiliki kebermanfaatan yang bisa dinikmati oleh siapapun, baik pembeli, pedagang, maupun produsen suatu produk dan jasa. Adapun kebermanfaatan yang bisa dicapai adalah: **Jangkauan yang Luas, waktu tidak dibatasi, biaya yang dikeluarkan lebih murah, transaksi dan pengiriman tergolong mudah dan dapat dilakukan dimana saja.**

Permasalahan yang disoroti dalam rancangan pengabdian masyarakat ini adalah penggunaan *e-commerce* yang belum dipakai untuk media promosi hasil produksi dari KWT Arimbi, sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui ketersediaan produk.

Ini memang wajar sekali, melihat fakta di lapangan bahwa tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan dalam menggunakan internet dan aplikasi *e-commerce*. Masyarakat awam masih terpaku pada system penjualan konvensional bertemu langsung antara penjual dan pembeli, baik di pasar ataupun di warung. Hal ini membuat jangkauan pasar tidak begitu luas

Memang ini menjadi permasalahan yang selalu dihadapi banyak masyarakat, ketika mereka akan mengembangkan kewirausahaan dengan jalur dagang yang luas tanpa ada batasan wilayah, khususnya perdagangan melalui media elektronik, mereka harus memulai dari nol untuk mengetahui apa itu internet dan laman *e-commerce*.

Selain itu, masyarakat juga cukup mengalami kendala dalam menemukan pengembang *e-commerce* untuk produk kerajinan mereka, terutama untuk mendapatkan pengembang akun *e-commerce* yang terjangkau secara finansial, terlebih mereka yang sejalan dengan tujuan mereka sebagai produk sosial untuk mengangkat tingkat ekonomi masyarakat.

Maka, perlunya pengembangan akun *e-commerce* atau akun perdagangan melalui elektronik bagi KWT Peduli Lingkungan “Arimbi” Kampung Reno Basuki, Kecamatan Rumbia, Lampung Tengah yang berfokus pada pengolahan bahan bekas (sampah plastic). Adapun produk ramah lingkungan yang dihasilkan adalah tikar, tas, keranjang buah dl.

Dengan adanya akun dagang ini akan memberikan manfaat pada masyarakat sekitar untuk menaikkan pemasaran dan tingkat penjualan KWT tersebut sehingga dapat menambah pemasukan masyarakat.

Berdasarkan pemaparan pada submenu urgensi permasalahan mitra di atas, maka disepakati bersama untuk pembuatan media *e-commerce* untuk media pemasaran hasil kerajinan masyarakat di KWT Peduli Lingkungan “Arimbi” Kampung Reno Basuki, Kecamatan Rumbia, Lampung Tengah. Media ini nantinya menjadi warung virtual yang dapat menjangkau berbagai segmen pasar dan lokasi yang lebih luas tidak hanya di wilayah Lampung, namun seluruh Indonesia.

Selain pembuatan media dagang di atas, masyarakat, seterusnya disebut mitra, akan diberikan sosialisasi cara penggunaan akun *e-commerce* tersebut, bagaimana menyipakan foto dan deskripsi yang menarik pada akun mereka, pengaturan ekspedisi pengiriman yang ada di sekitar lokasi, penentuan harga, promosi agar produk cepat naik, penginputan resi pengiriman, penarikan dana virtual agar masuk pada rekening mitra. Jadi, nantinya mitra tidak hanya memiliki akun dagang tersebut saja, namun berbagai fitur yang ada di dalamnya juga akan dipelajari, sehingga memudahkan mereka dalam mengoperasikan akun *e-commerce* mereka.

## METODE PELAKSANAAN

Secara umum, proses pelaksanaan pembuatan akun *e-commerce* ini diadakan di Universitas Muhammadiyah Metro. Namun pada proses prapelaksanaan, dan sosialisai penggunaan akun ini berada di KWT Peduli Lingkungan “Arimbi” Kampung Reno Basuki, Kecamatan Rumbia, Lampung Tengah dengan diikuti oleh pengelola dan pengrajin atau mitra yang ada disana. Jadi, ini tidak hanya serta- merta membuat akun virtual untuk berdagang dan promosi saja, melainkan juga akan diadakan sosialis perihan akun *e-commerce*-nya.

Pada bagian tahap pelatihan ini disajikan secara rinci hal apa saja yang akan dilaksanakan untuk memberi dukungan pada produk unggulan mitra;

1. Survei lokasi, produk, harga jual, pengambilan dokumentasi produk, dan sosialisasi awal yang sederhana mengenai penggunaan akun *e-commerce* sebagai media dagang virtual.
2. Pengeditan gambar atau video produk agar menarik untuk ditampilkan di katalog *e-commerce*.
3. Pembuatan email satu pintu yang akan digunakan untuk pengaksesan akun dagang virtual Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Instagram, Facebook, dan situs web
4. Pembuatan akun dagang virtual Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Instagram, Facebook, dan situs web
5. Pengunggahan produk, deskripsi, foto, harga, pengaturan ekspedisi yang terjangkau di sekitar, pengaturan akun rekening virtual dan *m-banking*-nya, dan pembuatan promo.
6. Sosialisasi penggunaan akun dagang virtual mitra pengabdian masyarakat.
7. Pemonitoran mitra secara berkala.

## HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UM Metro melaksanakan pendampingan di KWT Peduli Lingkungan “Arimbi” Kampung Reno Basuki. Adapun pelaksanaan pendampingan diawali dengan beberapa tahapan, yaitu:

1. Kordinasi untuk pembuatan akun e-commerce
2. Survei lokasi, produk, harga jual,

3. Pengambilan dokumentasi produk untuk dibuatkan katalog
4. Sosialisasi awal yang sederhana mengenai penggunaan akun *e-commerce* sebagai media dagang virtual.

Pada Tahap Pelaksanaan, tim pengabdian melakukan pendampingan pembuatan akun *e-commerce* berupa;

1. Pengeditan gambar atau video produk agar menarik untuk ditampilkan di katalog *e-commerce*.
2. Pembuatan email satu pintu yang akan digunakan untuk mengakses akun dagang virtual Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Instagram, Facebook, dan situs web.
3. Pembuatan akun dagang virtual Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Instagram, Facebook, dan situs web.
4. Pengunggahan produk, deskripsi, foto, harga, pengaturan ekspedisi yang terjangkau di sekitar, pengaturan akun rekening virtual dan *m-banking*-nya, dan pembuatan promo.

Di akhir kegiatan pengabdian dilaksanakan sosialisasi penggunaan akun dagang virtual mitra pengabdian masyarakat, yaitu akun shopee. Setelah sosialisasi kegiatan dilanjutkan dengan pemantauan mitra secara berkala.

Dengan adanya akun shopee membuat jangkauan penjualan menjadi lebih luas, tidak hanya di satu desa saja. Ketersediaan katalog online membuat KWT dapat mempromosikan dagangannya dengan lebih luas dan leluasa melalui sosial media.

## SIMPULAN

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UM Metro melaksanakan pendampingan di KWT Peduli Lingkungan “Arimbi” Kampung Reno Basuki. Adapun pelaksanaan pendampingan diawali dengan beberapa tahapan, yaitu: kordinasi untuk pembuatan akun *e-commerce*, survei lokasi, produk, harga jual, pengambilan dokumentasi produk untuk dibuatkan katalog dan sosialisasi awal yang sederhana mengenai penggunaan akun *e-commerce* sebagai media dagang virtual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gata, G., Putra, N.R. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Ritel Distro. *Jurnal Teknik Informatika* Vol. 8 No. 2.
- Kalakota, R. dan Whinston, A. B. (1997). *Electronic commerce: a manager's guide*. Addison-Wesley Professional.
- [Laudon](#) and Traver. (2017). *E-commerce 2017: Business, Technology, and Society*. New Jersey: Pearson.
- Mardatila, Ani. (2020). Mengenal Apa Itu E-commerce Beserta Kelebihan dan Kekurangannya. (Online) <https://www.merdeka.com/sumut/mengenal-apa-itu-e-commerce-beserta-kelebihan-dan-kekurangannya-klm.html?page=2>. Diakses pada 24 Januari 2021.
- Maulana, S.M., Susilo, H., Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 29 No. 1*.
- Medah, M.(2016). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan. *Partner*, Tahun 16 Nomor 1, Halaman 74-81
- Mumtahana, H.A., Nita, S., Winerawan, A. (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Jurnal Khazanah Informatika* Vol. III No. 1.
- Shelly Cashman. (2007). *Discovering Computers; Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Infotek.
- Sutikno, Satriyo Adhy & Sukmawati Nur Endah.(2015) Penerapan E-Commerce Untuk Meningkatkan Dan Memperluas Pemasaran Di Umkm (Studi Kasus Di UMKM Pengrajin Tahu Putih Dan Telur Asin Di Kabupaten Klaten). Universitas Diponegoro
- Sukamdani , N.B., Istuningsih, W.(2018). Perancangan Strategi E-Commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus “Songketkito” Kain Khas Palembang) Nugroho B. *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*. Vol. VII (1).