

## SOSIALISASI PENGENALAN DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE BAGI UMKM DI BEKASI

**Ana Ramadhayanti, Nurvi Oktiani, Nurhidayati,  
Dhuha Safria, Yoseph Tajul Arifin**

*Program Studi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika*

Email : [ana.rdx@bsi.ac.id](mailto:ana.rdx@bsi.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan dunia digital saat ini tentu membawa dampak tersendiri dalam berbagai hal salah satunya dalam bidang UMKM. Kurangnya pemahaman UMKM tentang *e-commerce* membuat kurang maksimal penjualan barang hasil kerajinan. Sosialisasi Pengenalan Dan Pemanfaatan *c-commerce* Sebagai Media Penjualan Online Bagi UMKM Di Bekasi ini dilakukan untuk membantu meningkatkan hasil penjualan mitra. Berdasarkan hasil sosialisai yang dilakukan menunjukkan bahwa peserta UMKM sangat antusias dan memahami pemaparan yang dilakukan oleh narasumber. Hasil pemaparan narasumber terkait *c-commerce* menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya membuka wawasan dan pola pikir dari peserta UMKM namun juga peserta dapat langsung *sharing* dan berdiskusi tentang kegiatan yang dilakukan. Anggorokasih W. Pemilik Aryza Jewellery salah satu peserta UMKM Bekasi yang dibuatkan websitenya merasa senang dan puas dengan tampilan design website tersebut. Selain itu dari hasil pembuatan *c-commerce* tersebut juga diharapkan dapat membantu para peserta UMKM khususnya Anggorokasih W dalam mempromosikan barang dan hasil kerajinan keseluruhan pelosok tanpa harus terbentur jarak dan waktu. Selama ini Aryza Jewellery memasarkan produk kerajinan dengan menyewa stand yang ada di di blu plaza bekasi Jl. Chairil Anwar No.27-36, RT.004/RW.009, Margahayu, Kec. Bekasi Tim., Kota Bks, Jawa Barat 17113. Hasil kerajinan yang dibuat adalah dengan menggunakan bahan utama batu dan kawat yang dapat menghasilkan beberapa aksesoris seperti kalung, cincin, anting, bros dan lain lain.

**Kata Kunci:** Sosialisasi, E-Commerce, UMKM

### 1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, tentu membuat seluruh aspek kehidupan berlomba- lomba dalam menyesuaikan bisnisnya kedalam bidang digital. Seperti salah satunya yang dilakukan oleh Usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang saat ini menjalankan usaha dengan mengkombinasikan antar usaha dengan digital. Perkembangan digital yang dilakukan salah satunya adalah dengan menciptakan usaha pemasaran atau promosi dengan menggunakan website atau internet. Namun meskipun UMKM sebagian besar telah melakukan usaha pemasaran dan promosi melalui internet ada juga UMKM yang masih menjalankan promosi dengan mulut ke mulut dan mendirikan stand, salah satunya yang dilakukan oleh Aryza Jewellery. Dengan adanya sosialisasi pengenalan dan pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh dosen Universitas Bina Sarana Informatika (BSI) diharapkan dapat membantu UMKM Bekasi dapat menjalankan usaha melalui internet dan dengan begitu diharapkan juga dapat membantu meningkatkan ekonomi serta pendapatan dari para UMKM tersebut.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh para dosen Universitas BSI ini berupa pengenalan terlebih dahulu tentang internet, kegunaan serta manfaat dari berjualan melalui online, serta jenis-jenis usaha yang biasa dijalankan di media online. Dengan mensosialisasi terkait pengenalan diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman UMKM Bekasi terkait perkembangan media online yang dapat menjadi sarana pemasaran yang kuat tanpa terbentur jarak dan waktu.

Selain itu dengan belanja secara online akan banyak manfaat baik bagi penjual maupun kepada pembeli. Bagi penjual beberapa manfaat berjualan secara online adalah memudahkan penjual secara ekonomi yakni tidak perlu mengeluarkan uang menyewa stand atau lapak, tidak perlu mengeluarkan uang untuk biaya maintenance atau fasilitas yang harus dibayar jika menyewa stand, roko, atau lapak. Selain itu manfaat lain yang dirasakan oleh penjual adalah hemat waktu dan tenaga, sebagai contoh dengan berjualan secara online akan memudahkan penjual untuk berjualan dimanapun dan kapanpun dan tentu mengefisienkan tenaga tanpa harus datang ke ruko atau tempat berdagang.

Manfaat lain yang dilakukan oleh pembeli dengan system online juga tidak kalah banyaknya dengan penjual, beberapa hal yang diperoleh diantaranya adalah dapat berbelanja dengan nyaman dan aman tanpa harus khawatir hal-hal yang tidak diinginkan. Hal lainnya adalah dapat berbelanja dengan efisien terutama dari tenaga dan waktu. Dapat berbelanja online dengan waktu yang diinginkan dan kapanpun serta dimanapun.

Menurut Suyanto (2003) mendefinisikan *e-commerce* sebagai konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada internet. Turban *et al.*, (2008) mengatakan *e-commerce* merupakan jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Sedangkan menurut Karmawan (2010) *e-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan. Dengan aplikasi ecommerce, hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat dilakukan secara lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah daripada aplikasi prinsip manajemen secara konvensional (*door to door, one-to-one relationship*).

Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan perubahan kepada UMKM Bekasi khususnya Aryza Jewellery dalam menjalankan usahanya secara online atau *e-commerce*. Perubahan ini tidak hanya memberikan kemudahan kepada UMKM namun juga dapat membantu meningkatkan perekonomian dan pendapatan dari UMKM. Pentingnya sosialisasi ini dilakukan oleh para Dosen Universitas BSI dengan melihat bahwa Aryza Jewellery memiliki potensi sebagai UMKM yang berkembang dengan potensi dan skill yang dimiliki. Hasil dari Aryza Jewellery terdiri dari berbagai jenis seperti kalung, bros, cincin, gelang dan anting yang semuanya dibuat dengan bahan dasar kawat.

Saat ini Aryza Jewellery hanya mempromosi hasil kerajinan di blu plaza bekasi Jl. Chairil Anwar No.27-36, RT.004/RW.009, Margahayu, Kec. Bekasi Tim., Kota Bks, Jawa Barat 17113. Maka dengan itu melihat potensi usaha dan hasil kerajinan yang sangat bagus maka sangat disayangkan jika Aryza Jewellery menjual hasil kerajinan secara offline, mengingat dengan berdagang secara *e-commerce* atau online dapat memperkenalkan hasil kerajinannya secara luas. Oleh sebab itu para Dosen Universitas BSI tertarik melakukan kegiatan “Sosialisasi Pengenalan Dan Pemanfaatan *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan Online Bagi UMKM Di Bekasi”.

## 2. METODOLOGI PELAKSANAAN

Sosialisasi ini dilakukan pada tanggal 16 September 2023 di Blu Plaza Jl. Chairil Anwar No.27-36, RT.004/RW.009, Margahayu, Kec. Bekasi Tim., Kota Bks, Jawa Barat 17113. Pendekatan pelaksanaan kegiatan yang digunakan adalah dengan menggunakan observasi dan pengamatan langsung serta melakukan pendekatan kepada para pelaku usaha dan melakukan praktek penerapan pemasaran produk melalui e-commerce.

Terdapat tiga tahapan pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan penerapan *e-commerce* ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

- a. Observasi atau Pengamatan. Observasi atau pengamatan dilakukan terhadap setiap kegiatan usaha di Perumahan BKKBN Blok E3/1 Rt.006/027, Mustikajaya, Bekasi untuk memastikan mitra kegiatan pengabdian ini tepat sasaran.
- b. Wawancara kepada pemilik/pelaku usaha yaitu Anggorokasih W di Blu Plaza dan di Perumahan BKKBN. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui jenis-jenis Aksesoris Perhiasan, lama usaha yang dijalankan, Pameran yang pernah diikuti.
- c. Memberikan sosialisasi dan penerapan *e-commerce* serta praktek pemasaran produk dan jasa berbasis elektronik media sosial.
- d. Evaluasi dilakukan setelah beberapa minggu untuk melihat adanya kenaikan penjualan dari peserta mitra.



Figur 1. Wawancara dengan Anggorokasih W. Pemilik Aryza Jewellery

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survey lapangan di Blu Plaza dan di Perumahan BKKBN Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang Aksesoris Perhiasan seperti kalung, cincin, gelang, bros serta hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh tim dosen Universitas BSI menunjukkan bahwa Aryza Jewellery mengalami kendala dalam pemasaran produk, dimana hasil penjualan tidak maksimal karena metode pemasaran yang sangat terbatas.

Pertumbuhan penggunaan internet yang berkembang dengan pesat seharusnya menjadi alasan mengapa kegiatan usaha harus mencoba menerapkan *e-commerce* pada masyarakat. Walaupun memang perkembangan pengguna *e-commerce* belum begitu mengesankan dibandingkan dengan pertumbuhan pengguna internet. Fenomena *e-commerce* belum dapat dipahami dan didukung dengan baik terutama di negara berkembang seperti Indonesia, begitu juga di Bekasi khususnya di lingkungan perumahan di Perumahan BKKBN dan sekitarnya. Konsumen masih belum memiliki kepercayaan terhadap keamanan bertransaksi, kesamaan produk yang ditampilkan dengan kenyataannya, sampai dengan konsumen yang memang belum memiliki kemampuan untuk itu.

Dengan pengenalan dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai media penjualan online bagi umkm di bekasi diharapkan dapat membantu pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu. Salah satu penerapan internet dalam bidang bisnis dan perdagangan adalah *electroniccommerce (e-commerce)*. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi (Nuryanti, 2013).

Diharapkan dengan penerapan *e-commerce* akan dapat meningkatkan keunggulan bersaing dari usaha UMKM Aryza Jewellery yang menghasilkan kerajinan aksesoris berbahan dasar kawat dan batu. Implementasi dari *e-commerce* membutuhkan strategi matang yang telah diputuskan oleh manajemen dari perusahaan, diantaranya mempersiapkan sumber daya perangkat teknologi dan sumber daya manusia yang handal dalam bidang teknologi informasi. Dengan membangun membuat website Aryza Jewellery dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan meningkatkan perekonomian UMKM Bekasi. Hal tersebut lah yang ingin kami bagikan untuk membantu kegiatan UMKM yang ada di UMKM Bekasi khususnya Aryza Jewellery dalam memasarkan dan mempromosikan hasil kerajinan. Dengan demikian diharapkan Aryza Jewellery dapat mengembangkan dan memajukan usaha tidak hanya didaerah di Indonesia namun juga hingga ke luar negeri. Dengan membuat website kepada Aryza Jewellery semoga kedepannya usaha yang dikembangkan dapat go Internasional dan meningkatkan ekspor, sehingga hasil usaha dan kerajinan dapat dikenal oleh mancanegara.

Sebagaimana di sampaikan Jauhari (2012) bahwa untuk meningkatkan daya saing UKM serta untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan *Information and Communication Technology (ICT)*, utamanya *ecommerce*. Tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan software yang tepat. Sebagai upaya mengembangkan bisnis, banyak hal yang perlu dilakukan, salah satunya adalah dengan menerapkannya sistem *e-commerce*. *E-commerce* dalam dunia usaha adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet dalam memudahkan kegiatan-kegiatan bisnis. Melalui internet pelaku usaha dapat dengan mudah berkomunikasi dan surat menyurat melalui *email*, *chatting*, dan lain sebagainya. Dapat mempromosikan produk melalui iklan *online*, juga dapat memperkenalkan perusahaan dan mencari pelanggan baru melalui laman (website) (Maryama, 2013).

*E-Commerce* yang merupakan salah satu produk dari Teknologi Informasi dapat dimanfaatkan untuk menciptakan daya saing khususnya dalam hal promosi dan menjual produk/jasa (Rerung,2018).

Dalam era digital saat ini, memanfaatkan website dan *e-commerce* menjadi suatu keharusan bagi UMKM yang ingin meningkatkan bisnis mereka. Website dan *e-commerce* dapat membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat merek bisnis (Anwar dkk, 2023.).

Setelah melihat kondisi UMKM di Bekasi dengan melakukan pengamatan terlebih dahulu dan selanjutnya melakukan wawancara secara intensif terhadap pemilik usaha UMKM Aryza Jewellery di lokasi kegiatan pengabdian. Terdapat beberapa kegiatan UMKM di Perumahan BKKBN, dalam aksesoris seperti Cincin, Kalung, Gelang, Anting dan Bros. Sosialisasi dan pengajaran *e-commerce* yang dilakukan berjalan dengan baik dan lancar, dan penuh sambutan dan dukungan dari ketua RW dan warga Perumahan BKKBN.



Figur 2. Usaha Kecil di Perumahan BKKBN



Figur 3: Hasil UMKM Aryza Jewellery



Figur 4: Hasil UMKM Aryza Jewellery



Figur 5: Anggorokasih W. Pemilik Aryza Jewellery



Foto 6: Kegiatan Sosialisasi Yoseph Tajul Arifin selaku dosen Universitas BSI (Kiri) dan Anggorokasih W. Pemilik Aryza Jewellery (Kanan)



Foto 7: Peserta UMKM Bekasi Menghadiri Kegiatan Sosialisasi *e-commerce*

Kami selaku dosen Universitas BSI telah mengunjungi tempat usaha Aryza Jewellery di blu plaza bekasi Jl. Chairil Anwar No.27-36, RT.004/RW.009, Margahayu, Kec. Bekasi Tim., Kota Bks, Jawa Barat 17113 dan mengajarkan bagaimana menjadikan teknologi menjadi alat pemasaran produk melalui sosialisasi pengenalan dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai media penjualan online bagi umkm di Bekasi yang dijelaskan oleh Yoseph Tajul Arifin selaku dosen Universitas BSI. Dalam pelaksanaan kegiatan ini juga dibantu oleh beberapa orang mahasiswa program studi manajemen. Tujuan dari sosialisasi ini memberikan pemahaman kepada umkm Bekasi tentang berbagai hal seperti mengenalkan *e-commerce* kepada para umkm Bekasi, memberikan manfaat dari system penjualan menggunakan *e-commerce*. Selain itu juga peserta kegiatan sosialisasi ini yang merupakan UMKM Bekasi dijelaskan pemahaman tentang cara menggunakan website tersebut, apa saja yang ada diwebsite mulai dari pelanggan pilih barang, memesan barang, hingga konfirmasi pembayaran.

Kegiatan *e-commerce* ini berhasil dilakukan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan sudah dibuatnya website khusus untuk Anggorokasih W. Pemilik Aryza Jewellery dengan tujuan agar dapat mengembangkan usaha melalui online. Diharapkan dengan pembuatan website tersebut dapat membantu usaha dalam meningkatkan permintaan akan produk penjualan. Seperti pemesanan aksesoris baik berupa kaluang, gelang, cincin, anting melalui online.

#### **4. KESIMPULAN**

Sosialisasi dan pengajaran *e-commerce* yang dilakukan berjalan dengan baik dan lancar, dan penuh sambutan dan dukungan dari para UMKM Bekasi. Peserta sangat antusias mengikuti acara ini, hal ini terbukti dengan banyaknya pertanyaan yang dilontarkan terkait dengan *e-commerce*. Dengan sosialisasi ini diharapkan tidak hanya menambah wawasan dan ilmu peserta, namun juga dengan menggunakan *e-commerce* maka kegiatan UMKM dapat lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan keuntungannya.

Diharapkan dengan pengajaran yang kami lakukan dan kami sosialisasikan dapat mengembangkan perekonomian di UMKM Bekasi, Karena tujuan utama kami dalam melakukan sosialisasi ini adalah untuk memberdayakan masyarakat urban, membantu meningkatkan perekonomian masyarakat dan mengembangkan kegiatan UMKM yang ada di wilayah Bekasi.

#### **5. UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kami ucapkan kepada Anggorokasih W. Pemilik Aryza Jewellery, UMKM Bekasi, Mahasiswa Universitas BSI Program Studi Manajemen yang telah terlibat membantu jalannya sosialisasi ini. Kami juga ucapkan terima kasih kepada penanggung jawab blu plaza bekasi Jl. Chairil Anwar No.27-36, RT.004/RW.009, Margahayu, Kec. Bekasi Tim., Kota Bks, Jawa Barat 17113.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anwar dkk, 2023. Kewirausahaan Berbasis UMKM. Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Jauhari, J. (2012). Studi Pendahuluan Untuk Pengembangan Model Pemasaran dan Penjualan Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis E-Commerce di Propinsi Sumatra Selatan. Makalah. Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya. 15 hlm.
- Karmawan, I.G.M., Sundjaja, A.M., dan Luhukay, D. 2010. Analisis Dan Perancangan E-Commerce Pd. Garuda Jaya. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI), pp. 17-22B Yogyakarta, 19 Juni 2010.
- Maryama, S. (2013). Penerapan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Liquidit*, 2(1), 73-79.
- Nuryanti (2013). Peran E-commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah ( UKM ). *Jurnal Ekonomi*, 21(4), 1-15.
- Rerung, Rintho Rante.2018. E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. Yogyakarta: Deepublish.
- Suyanto, M., (2003). *Strategi Periklanan pada E- Commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta; Penerbit Andi. 265 hlm.
- Turban, E., King,D., Mckay, J., Marshall, P., Lee, J.K dan Viehland, D. (2008). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. Pearson Education, New Jersey. 520 p
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. Jakarta.