

E-Commerce Training To Make Youth Entrepreneurs

Pelatihan E-Commerce Untuk Menjadikan Pemuda Wirausaha

Rizqi Sukma Kharisma, Uyock Anggoro Saputro, Ika Nur Fajri, Nuri Cahyono, Heri Sismoro

Universitas Amikom Yogyakarta

Jl. Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman Yogyakarta, telp/fax (0274) 884201 / (0274) 884208

e-mail: sukma@amikom.ac.id, uyock@amikom.ac.id, ika.nur.fajri@amikom.ac.id, nuricahyono@amikom.ac.id, herisismoro@amikom.ac.id

Abstrak

Internet sudah merambah ke berbagai lini kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran. Kebanyakan orang khususnya pemuda memiliki perangkat smartphone yang seringkali hanya menjadi barang konsumtif. Balai Pemuda dan Olahraga (BPO) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) melihat bahwa fenomena ini perlu diperbaiki. BPO DIY membina pemuda yang tidak produktif dan berasal dari kantong kemiskinan untuk ditingkatkan kemampuannya. Dalam pengabdian masyarakat ini dilakukan pemaksimalan penggunaan smartphone untuk keperluan e-commerce. Peserta pelatihan adalah para pemuda binaan BPO DIY. Dalam pelatihan ini para peserta diajarkan bagaimana membuat foto produk dengan menggunakan smartphone, pembuatan konten cepat untuk pemasaran, internet dasar, pemanfaatan sosial media untuk pemasaran, pemanfaatan marketplace online untuk pemasaran dan pembuatan web untuk pemasaran. Materi-materi yang diberikan diharapkan mampu menjadikan smartphone sebagai barang yang produktif. Selain itu diharapkan dengan pelatihan ini dapat meningkatkan pemasaran bagi para peserta yang telah memiliki usaha dan mencetak pemuda wirausaha baru untuk mengurangi pengangguran.

Kata kunci: internet, pemuda, smartphone, marketplace, media sosial

Abstract

The internet has penetrated into various lines of life, including in the field of marketing. Most people, especially young people who have smartphone devices are often just consumptive goods. Balai Pemuda dan Olahraga (BPO) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sees that this phenomenon needs to be corrected. BPO DIY fosters unproductive youths who come from poverty pockets to improve their abilities. In this community service, the use of smartphones is maximized for e-commerce purposes. The participants of the training are the young people trained by BPO DIY. In this training the participants were taught how to make product photos using smartphones, making fast content for marketing, basic internet, utilizing social media for marketing, utilizing online marketplaces for marketing and creating web for marketing. The materials provided are expected to make smartphones a productive item. In addition, it is hoped that this training can increase marketing for participants who already have a business and produce new young entrepreneurs to reduce unemployment.

Keywords: internet, youth, smartphone, marketplace, social media

1. PENDAHULUAN

Internet saat ini sudah menjadi sebuah kebutuhan manusia, hampir semua lini kehidupan menggunakan internet termasuk dalam pemasaran [1]. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Indonesia menduduki peringkat ke enam dunia dalam penggunaan internet. Bahkan dari tahun ke tahun pengguna internet di Indonesia semakin meningkat dengan seiringnya koneksi internet yang lebih terjangkau [2]. Berdasarkan laporan dari Balai Pusat Statistik (BPS) tahun 2017, dari tahun ke tahun pengguna internet di rumahtangga semakin meningkat pesat. Baik pengguna di perkotaan maupun di pedesaan. 91.45% pengguna internet di Indonesia memilih telepon selular untuk mengakses internet. Mayoritas penggunaan internet digunakan untuk kebutuhan media sosial. Di sini menunjukkan bahwa sebagian besar perangkat telepon seluler seringkali digunakan untuk kebutuhan konsumtif dibandingkan kebutuhan produktif. Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menduduki peringkat ke tiga dalam penduduk usia di atas 5 tahun yang mengakses internet [4]. Di sisi lain Tingkat Penganggur terbuka DIY kondisi Februari 2019 sebesar 2,86% (62.890 Orang) walau angka ini menurun dari tahun sebelumnya, tentunya angka ini terus dipertahankan atau bahkan diturunkan [3].

Balai Pemuda dan Olahraga (BPO) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) melihat bahwa banyak pemuda yang memiliki perangkat telepon seluler pintar (*Smart Phone*) namun masih menganggur dan tidak produktif. Atau banyak pemuda yang belum memaksimalkan fasilitas internet dan *Smart Phone* untuk menjadikan fasilitas tersebut menjadi produktif. Di sisi lain banyak kantong-kantong kemiskinan yang butuh inovasi teknologi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Maka dari itu BPO DIY bekerja sama dengan Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Amikom Yogyakarta mengadakan Pelatihan E Commerce Untuk Menjadikan Pemuda Wirausaha. Pelatihan ini dilaksanakan selama 7 hari di Universitas Amikom Yogyakarta. Dari pelatihan ini diharapkan ke depannya para pemuda binaan BPO DIY dapat memaksimalkan *Smart Phone* yang dimiliki untuk kebutuhan yang produktif dan dapat mengurangi pengangguran.

2. TINJAUAN TEORI

2.1 Kamera Smart Phone

Selain menggunakan kamera DSLR, kamera *Smart Phone* menjadi salah satu alat yang dapat digunakan dalam dunia fotografi. Teknologi kamera *Smart Phone* saat ini semakin baik dengan didukung meningkatnya kualitas sensor. Selain praktis, kamera *Smart Phone* memiliki kelebihan yaitu pada sisi konektivitas. Dengan koneksi internet yang ada pada smartphone, hasil foto yang diperoleh dapat langsung dikirim menggunakan email, sosial media ataupun blog. Didukung dengan berbagai macam aplikasi editing foto yang mudah dan canggih, hasil foto dari kamera *Smart Phone* tidak kalah dengan kamera DSLR. [5]

2.2 Perangkat Lunak Editing Gambar Canva

Banyak perangkat editing gambar yang menyediakan berbagai aset seperti gambar vektor, ilustrasi foto, icon dan berbagai elemen. Salah satunya adalah Canva. Dengan menggunakan Canva, pengguna dapat membuat secara cepat sebuah gambar atau konten dengan memanfaatkan aset-aset yang telah disediakan baik secara gratis maupun berbayar. Disediakan pula tema-tema editing untuk presentasi, poster, dokumen, dan postingan sosial media. [6]

2.3 Marketing Online

Zaman sekarang penggunaan internet untuk marketing sudah sangat masif. Dengan internet kita dapat menawarkan produk ke banyak orang. Marketing online dapat dilakukan dengan memanfaatkan webiste, blog, email, media sosial dan *marketplce* yang ada. Marketing online dapat dilakukan secara gratis maupun berbayar. Marketing online dapat menjangkau target pasar yang lebih tepat. Pengiklanan dapat dilakukan dengan menentukan segmentasi umur, jenis kelamin, letak geografis bahkan sampai dengan minat dari calon target pasar. [7]

2.4 Tinjauan Pustaka

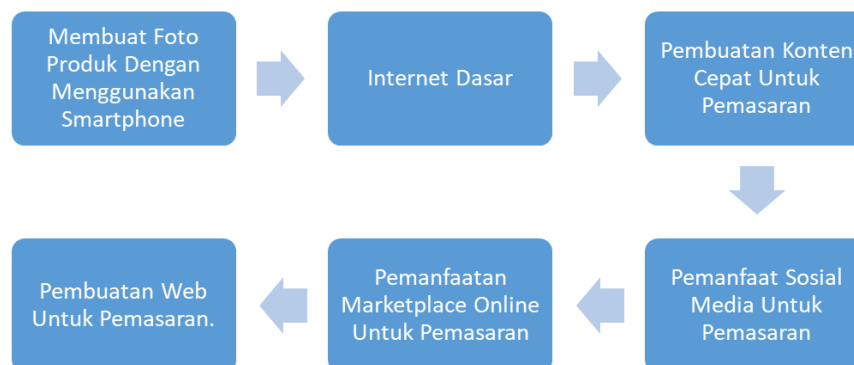
Publikasi pengabdian masyarakat tentang pelatihan online juga dilakukan oleh M. Lahandi Baskoro dan Maulidian dengan judul “Pelatihan Instagram Marketing Untuk Tenant Inkubator Bisnis Trilogi”. Dalam pelatihan ini M. Lahandi Baskoro dan Maulidian melakukan pelatihan marketing online dengan memanfaatkan media Instagram pada 13 Desember 2018. Dalam pelatihan ini dititik beratkan hanya pada optimalisasi Instagram untuk marketing dengan penggunaan konten, hastag, endorse, dan iklan. [8]

Publikasi pengabdian masyarakat tentang pelatihan online juga dilakukan oleh Mohamad Suharto, dkk. Publikasi dengan judul “Pelatihan Pengelolaan Website Toko Online Bagi UMKM di Kawasan Pasar Tradisional Klewer Surakarta Sebagai Strategi Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)” menitik beratkan penggunaan website sebagai media toko online. Peserta pelatihan adalah dua UMKM di Kawasan Pasar Tradisional Klewer Surakarta. Pelatihan dilakukan meliputi pembuatan konten, logo dan penggunaan website sebagai media penjualan. [9]

Publikasi pengabdian masyarakat tentang pelatihan online juga dilakukan oleh Rizki Wahyudi, dkk. Dengan judul “Pelatihan Aplikasi Teknis Pengembangan Marketing Online Bagi UKM Se-BALINGMASCAKEB”. Dalam pelatihan ini peserta adalah pelaku UKM Se-BALINGMASCAKEB dengan menitik beratkan pelatihan penggunaan iklan baris, Facebook dan blog dalam penjualan produknya. [10]

3. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan pelatihan di dalam laboratorium. Kegiatan pelatihan dilaksanakan selama 7 hari di Laboratorium Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun tahapan kegiatan disajikan pada gambar 1 berikut :



Gambar 1 Tahapan Kegiatan

4. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

4.1 Membuat Foto Produk Dengan Menggunakan Smartphone

Pada materi ini, peserta pelatihan diajarkan fotografi dasar dan bagaimana membuat foto menggunakan kamera *Smart Phone*. Para peserta diminta mempersiapkan produk mereka untuk difoto

dengan menggunakan studio mini rakitan. Selain membuat foto, para peserta melakukan editing foto dengan menggunakan aplikasi Snapseed yang diunduh dari Google Play.



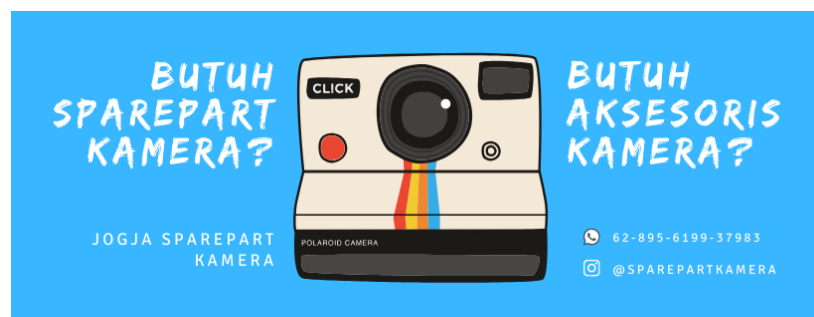
Gambar 2 Peserta Pelatihan Membuat Foto Produk dengan Menggunakan Kamera *Smart Phone* dan Studio Mini Rakitan

4.2 Internet Dasar

Pada materi ini para peserta pelatihan diajarkan internet dasar yang meliputi manajemen email, Google Drive, Google Doc, Google Sheet dan Google Form. Selain itu peserta diajarkan bagaimana menggunakan Whatsapp Web, pembuatan link Whatsapp dan manajemen short link. Manajemen email nantinya digunakan untuk pendaftaran akun-akun media sosial, web Canva, *marketplace* dan lainnya. Sedangkan Google Drive digunakan untuk menyimpan data-data yang diperlukan dalam marketing online. Whatsapp Web digunakan untuk mempermudah pengguna dalam berkomunikasi dengan *chatting* dan Whatsapp link digunakan untuk konten postingan produk.

4.3 Pembuatan Konten Cepat Untuk Pemasaran

Pada materi ini para peserta diajarkan bagaimana menggunakan website Canva. Canva merupakan salah satu website yang menyediakan aset gratis maupun berbayar untuk logo, presentasi, poster, dokumen, dan postingan sosial media. Dengan aset-aset yang ada, peserta pelatihan dapat membuat konten-konten yang nantinya dapat digunakan untuk memperkaya isi dari website dan sosial media yang dibuat secara praktis dan cepat. Dengan menggunakan Canva seorang pengguna yang sangat amatir dapat dengan mudah membuat logo perusahaannya, konten grafis maupun video.



Gambar 3. Hasil Editing Menggunakan Website Canva

4.4 Pemanfaat Sosial Media Untuk Pemasaran

Dalam materi ini para peserta diajarkan bagaimana membuat postingan untuk menjual produk pada media sosial Facebook dan Instagram. Pada postingan Facebook, para peserta menjual produk mereka melalui grup jual beli, *pages* dan iklan Facebook. Pada Instagram para peserta diajarkan bagaimana membuat Instagram bisnis dan iklan Instagram. Selain itu peserta diajarkan bagaimana membuat postingan otomatis

dengan menggunakan aplikasi Buffer. Selanjutnya para peserta diajarkan bagaimana strategi dalam berjualan melalui sosial media seperti target *follower*, *hashtag*, pemilihan grub dan lain-lain.

4.5 Pemanfaatan Marketplace Online Untuk Pemasaran

Dalam materi ini para peserta diajarkan bagaimana menggunakan website marketplace OLX, Tokopedia, Ovo, Grab Kios dan Flip. OLX digunakan untuk penjualan lingkup regional dan Tokopedia digunakan untuk penjualan lingkup nasional. Sedangkan Ovo merupakan aplikasi uang elektronik yang dapat digunakan untuk pembayaran banyak hal termasuk untuk deposit Tokopedia dan Grab Kios. Aplikasi Grab Kios digunakan untuk penjualan pulsa, token listrik, pembayaran tagihan telepon, tagihan listrik, dan banyak lainnya yang tergabung dalam satu aplikasi. Sedangkan aplikasi Flip digunakan untuk kebutuhan transfer antar bank tanpa biaya tambahan.



Gambar 4 Peserta Mengikuti Materi Pemanfaatan *Marketplace* Online Untuk Pemasaran

4.6 Pembuatan Web Untuk Pemasaran.

Dalam materi ini para peserta diajarkan bagaimana membuat website dengan menggunakan blog. Penggunaan blog dipilih dikarenakan kemudahan dalam penggunaannya. Masing-masing peserta membuat blog dari awal dan melakukan editing tampilan dengan tema yang disediakan dan melakukan konfigurasi-konfigurasi untuk toko onlinennya.



Gambar 5 Para Peserta dan Pemateri Setelah Selesai Pelatihan

5. KESIMPULAN

Dari Pelatihan E-Commerce Untuk Menjadikan Pemuda Wirausaha ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. *Smart Phone* dapat dimaksimalkan untuk kebutuhan produktif melalui marketing online
- b. Penggunaan aplikasi-aplikasi *Smart Phone* dapat membantu dalam marketing online

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Balai Pemuda dan Olahraga (BPO) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang telah memberi dukungan financial terhadap kegiatan PkM ini. Dan penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Amikom Yogyakarta atas sarana dan prasarana yang disediakan untuk kegiatan PkM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Sarwono and K. P. A.H, *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.
- [2] "Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia," Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 24 November 2014. [Online]. Available: https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media. [Accessed 12 November 2019].
- [3] D. Nakertrans, "Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta," Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, 10 Mei 2019. [Online]. Available: <https://jogjaprovo.go.id/berita/detail/7726-tingkat-penganggur-terbuka-diy-februari-2019-turun-menjadi-2-86>. [Accessed 12 November 2019].
- [4] B. P. Statistik, "Statistik Telekomunikasi Indonesia 2017," Badan Pusat Statistik , Jakarta, 2018.
- [5] W. Dharsito, "Dasar Fotografi Digital I: Pengenalan Kamera Digital," PT. Elexmedia Komputindo, Jakarta, 2014.
- [6] C. J. Fitzgerald, S. L. Fitzgerald and C. Popa, "Handbook of Research on Student-Centered Strategies in Online Adult Learning Environments," IGI Global, Pennsylvania, 2018.
- [7] R. Sidiq, "Teknik Berjualan dengan Digital Marketing: Optimalkan Sosial Media untuk Meningkatkan Omzet Penjualanmu!," UDACODING.
- [8] M. L. Baskoro and Maulidian, "Pelatihan Instagram Marketing Untuk Tenant Inkubator Bisnis Trilogi," *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal* , vol. 2, no. 1, pp. 19-26, 2019.
- [9] M. Suharto, D. T. Ardianto, A. I. Ismail and N. S. Prameswari, "Pelatihan Pengelolaan Website Toko Online Bagi UMKM di Kawasan Pasar Tradisional Klewer Surakarta Sebagai Strategi Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)," *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, vol. 2, no. 2, pp. 229-245, 2017.
- [10] R. Wahyudi, A. D. Riyanto and B. Berlilana, "Pelatihan Aplikasi Teknis Pengembangan Marketing Online Bagi UKM Se-BALINGMASCAKEB," *JPMM*, vol. 1, no. 1, pp. 21-30, 2019.

