

Pelatihan Penggunaan Aplikasi E-Commerce Untuk Menambah Wawasan Perekonomian Guru dan Karyawan di SMA Mahapatih Mojopahit Ciledug Tangerang

Tatang Wirawan Wisnuadji^{1*}, Arsanto Narendro²

^{1,2}Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur

Email: ^{1*}wisjhnuadji@budiluhur.ac.id, ²arsanto.narendro@budiluhur.ac.id

Abstrak– Dalam rangka meningkatkan wawasan para guru dan karyawan dari SMA Mojopahit Tangerang , salah satunya adalah membekali mereka dengan pengetahuan dan ketrampilan dalam memanfaatkan teknologi komputer khususnya dalam bidang aplikasi untuk meningkatkan kemampuan ekonomi keluarga dengan cara melakukan transaksi jual beli secara online. Beberapa platform berbasis web dan mobile telah banyak beredar dan sangat diminati masyarakat khususnya bagi mereka yang akan melakukan bisnis secara online, seperti OLX, Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan masih banyak lagi yang lain. Dengan terjun langsung dan menggunakan aplikasi tersebut akan didapatkan banyak kemanfaatan, antara lain transaksi bisa dilakukan dari mana saja, terutama dari rumah tempat tinggal atau kantor, sehingga ini akan menghemat waktu dan biaya, Sementara Kegiatan utama sebagai karyawan kantor atau perusahaan tidak harus terganggu karena dilakukan bersamaan dengan kegiatan transaksi online ini. Dengan memberikan pelatihan bagaimana cara memanfaatkan aplikasi online untuk bertransaksi , baik menjual atau membeli sesuatu, maka diharapkan dapat membantu perekonomian keluarga, khususnya guru dan karyawan.

Kata Kunci: platform, online, web, mobile, transaksi , ekonomi.

Abstract– *In order to increase the insight of the teachers and employees of Mojopahit Tangerang High School, one way is to equip them with knowledge and skills in utilizing computer technology, especially in the field of applications to improve family economic capabilities by making buying and selling transactions online. Several web and mobile-based platforms have been widely circulated and are in great demand by the public, especially for those who will do business online, such as OLX, Tokopedia, Bukalapak, Shopee and many others. By going directly and using the application, you will get many benefits, including transactions that can be done from anywhere, especially from your home or office, so this will save time and money. Meanwhile, the main activity as an office or company employee does not have to be disturbed because along with this online transaction activity. By providing training on how to use online applications for transactions, whether selling or buying something, it is hoped that it can help the family economy, especially teachers and employees.*

Keywords: platform, online, web, mobile, transaction, economy.

1. PENDAHULUAN

SMA Mahapatih Mojopahit, sekolah ini merupakan sekolah yang terdiri dari dua jurusan yaitu IPA dan IPS. Siswa yang aktif pada saat ini mencapai tujuh puluh orang, dimana pada kelas satu terdiri dari 20 orang muris, kelas dua adalah sebanyak tigapuluh orang murid, serta kelas tiga tercatat sebanyak 20 orang murid. Sementara para guru dan wali kelas terdiri dari beberapa orang yang jumlahnya adalah tigabelas orang, dimana lima diantaranya merupakan guru tetap, sedangkan delapan orang yang lain merupakan guru honorer. Seperti kita ketahui perkembangan ekonomi saat in begitu cepatnya, dimana cara menjalankan roda ekonomi juga berubah. Sejak perkembangan internet begitu luasnya, maka dunia perekonomianpun tak luput dari pengaruh budaya penggunaan internet serta cara bisnispun juga dilakukan secara online. Banyak sekali dampak dari perubahan ini, diantaranya para pedagang dan pelaku bisnis sudah mulai bergeser dari cara offline berubah menjadi cara online. Bahkan banyak sekali Mall dan Pasar Modern yang turut terkena imbasnya, dimana banyak terjadi PHK masal dan Mal Tutup atau bangkrut, hal ini disebabkan karena makin sepiunya pengunjung Mal dan Pusat Perbelanjaan. Semua beralih ke moda online, karena ternyata moda ini memberikan banyak kemudahan juga , baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli. Dari sisi penjual, menjadi lebih ringan dalam pemodalan, karena tidak diperlukan lagi toko secar fisik untuk berjualan, sehingga investasi untuk mendirikan toko atau menyewa tempat berjualan menjadi tidak diperlukan, karena sudah tergantikan dengan moda online.[1]

Jika sumberdaya manusia pada sebuah lembaga atau institusi secara rata-rata memiliki fundamental ekonomi yang baik dan kuat, maka diharapkan kinerja mereka selama melaksanakan pekerjaan sehari-hari di kantor menjadi lebih optimal. Jadi Memberdayakan ekonomi keluarga para karyawan adalah sesuatu yang harus diupayakan, caranya adalah dengan meningkatkan wawasan dan kemampuan mereka dalam menguasai teknologi internet beserta aplikasi didalamnya. Dengan kemampuan mereka untuk secara mandiri menekuni penggunaan internet secara positif maka akan banyak manfaat baik dari sisi individu maupun dari sisi institusi dimana mereka bekerja.[2]

Jika orang menanyakan apakah yang dimaksud dengan e-commerce, maka sebetulnya pengetahuan tentang hal ini sudah sangat umum dan sangat banyak pembahasannya tentang hal ini di internet. E-commerce atau perdagangan via internet adalah semua kegiatan yang menyangkut pembuatan jual beli yang dilakukan via media atau peralatan jaringan elektronik, yang pada saat ini teknologi untuk hal itu dikuasai internet, sehingga dapat dikatakan bahwa e-commerce adalah jual beli lewat internet. Dan selain itu banyak pula salah pengertian perbedaan antara e-commerce dengan market place, dimana sebenarnya market place itu adalah salah satu bentuk atau salah satu bagian dari e-commerce. Dimana market place ini berfungsi sebagai fasilitas jual beli antara pihak penjual dengan pihak pembeli, dengan cara memanfaatkan suatu aplikasi tertentu. Diantaranya yang sangat populer adalah Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan lain sebagainya.[3]

E-commerce dipecah menjadi beberapa kelompok antara lain, B2B (Business to Business) dimana untuk jenis layanan ini, antar perusahaan berperan sebagai perusahaan penjual produk, sementara yang lain adalah sebagai perusahaan yang memanfaatkan layanan tersebut. Dalam model ini, pembelian biasanya dalam jumlah yang besar, bukan satuan-satuan atau retail. B2C (Business to Consumers) Pada bisnis ini, terjadi proses jual beli, antara agen besar dengan pengecer, jika kita pernah bertransaksi di toko online, maka sebenarnya kita ini bertransaksi dengan para pengecer. C2C (Consumer to Consumer) merupakan transaksi online yang banyak dilakukan antar individu, contohnya jual beli barang bekas antara individu dengan individu lainnya. C2B (Consumer to Business) merupakan bentuk transaksi antara individu dengan perusahaan. Contohnya adalah seorang pengrajin yang mensuplai perusahaan tertentu sebagai salah satu bahan bisnis perusahaan tersebut. Kebanyakan transaksi pada C2B adalah dalam bentuk penjualan jasa. E-commerce sangat luar biasa dalam hal perkembangannya di Indonesia, maka orang akan mulai menyadari betapa sangat banyaknya keuntungan yang bisa dipetik dari jebis bisnis online ini.[4]

Dengan demikian e-commerce memberikan banyak sumbangan dalam mengembangkan ekonomi suatu masyarakat. Jangkauan yang luas merupakan salah satu andalan dalam hal pemasaran produk, sehingga sebuah produk tertentu dapat segera dikenal diseluruh negara, atau bahkan diseluruh dunia. Transaksi dapat dilakukan tanpa pembatasan ruang dan waktu, dapat dilakukan dimana saja diseluruh jangkauan service dari si penjual, dan dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan kemampuan pihak penjual.

Hal ini tentunya sangat berbanding terbalik dengan toko-toko tradisional, yang harus beroperasi secara terbatas baik secara ruang dan waktu. Selain itu biaya pengoperasian toko menjadi sangat murah, sehingga hampir setiap orang bisa melakukan bisnis jenis ini dengan modal yang tidak perlu besar, tidak seperti halnya jika kita akan membangun sebuah toko secara fisik sebagai tempat untuk bertransaksi dan sekaligus memfasilitasi dengan perlengkapan standar seperti AC pendingin ruangan, gudang yang memadai, kemudian satpam untuk menjaga keamanan dan masih banyak lagi yang menyebabkan membangun toko secara fisik itu jauh lebih membutuhkan modal daripada membangun sebuah toko online.[5]

2. METODE PELAKSANAAN

Metoda atau cara yang digunakan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat diuraikan secara terperinci kedalam langkah langkah yang lebih lengkap, agar tujuan utama dapat tercapai dengan sebaik mungkin.

- a. Kegiatan untuk melakukan pelatihan ini diawali dengan melakukan kontak dengan Mitra, yaitu Yayasan Mahapatih Mojopahit , melalui ketua yayasan, dilakukan pembicaraan tentang maksud dan tujuan melakukan pengabdian masyarakat disini. Setelah Prposal tersampaikan dan disetujui oleh Mitra melalui kerja sama, maka mulailah untuk menjalankan langkah langkah berikutnya.
- b. Kegiatan berikutnya adalah melakukan kerjasama dalam hal persiapan jadwal pelaksanaan proses Pengabdian Kepada Masyarakat . Jadwal kegiatan dibahas bersama, untuk mencapai kesepakatan, kapan kegiatan tersebut akan dilaksanakan.
- c. Selanjutnya adalah Melakukan persiapan Materi yang akan disampaikan didalam acara pelatihan tersebut, Dalam Hal ini pembuatan Handout yang akan dibagikan kepada peserta pelatihan kedepan. Proses pembuatan materi baik yang tercetak maupun dalam bentuk file presentasi disiapkan keduanya, untuk entisipasi jika pada saat pelatihan terjadi gangguan listrik atau jaringan internet.
- d. Pada saat Pelatihan dilaksanakan, masing masing peserta dilengkapi dengan komputer atau laptop masing masing, dilengkapi dengan Slide Proyektor untuk melakukan penampilan materi Presentasi pelatihan. Pada saat pelatihan, mereka dibantu oleh dua orang asisten yang siap untuk membantu menangani semua kesulitan yang dijumpai pada saat pelatihan berlangsung.
- e. Kemudian kepada para peserta diberikan tutorial, bagaimana cara mengoperasikan perangkat lunak aplikasi e-commerce, dengan terlebih dahulu melakukan koneksi internet pada komputer masing masing. Sehingga nantinya diharapkan akan dapat terhubung kepada salah satu marketplace.
- f. Pada tahap awal adalah mengaktifkan aplikasi e-commerce ,berikutnya adalah pembuatan akun , dimana didalamnya harus diisi dengan data data pribadi , serta nomor kontak serta email yang aktif. Hal ini diperlukan sebagai standar operasi yang biasa digunakan oleh hampir semua aplikasi market place yang sebenarnya merupakan bentuk perlindungan dan privasi bagi setiap penggunaanya. Agar terhindar dari masalah penyalah gunaan oleh pihak pihak yang tidak berhak.
- g. Kemudian dilanjutkan dengan aktivitas transaksi , misalnya memberi beberapa produk dengan memasukkan kedalam keranjang pembelian. Dalam hal ini sebagai calon pembeli didalam sebuah marketplace dimungkinkan untuk memili barang barang yang diinginkannya dari beberapa toko online yang ada dalam marketplace tersebut, sehingga nanti proses pembayarannya menjadi lebih mudah dan praktis.
- h. Kemudian harus mengisikan alamat dimana barang tersebut akan dikirim, setelah terlebih dahulu memilih jenis kurir yang diinginkan. Memberikan informasi kemana barang tersebut akan dikirim menjadi sangat penting, karena kesalahan dalam memberikan informasi alamat, akan menyebabkan barang yang dipesan tidak akan sampai ke tujuan.
- i. Kemudian dilakukan proses pembayaran dengan cara memilih salah satu metoda pembayaran yang diinginkan. Metoda pembayaran yang digunakan bisa dilakukan dengan cara memilih salah satu yang disediakan oleh penjualnya, apakah itu dengan cara transfer langsung dari m-banking ataupun dapat melalui toko toko minimarket terdekat.

- j. Kemudian peserta pelatihan diminta untuk melakukan sendiri proses pembelian barang di marketplace .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan disekolah SMA Mahapatih Mojopahit , dapat di gambarkan sebagai berikut, dimana pelatihan dilaksanakan oleh dua orang intruktur dari Universitas Budi Luhur, yaitu bapak Ir. TW Wisjhnuadji, M.Kom beserta bapak Arsanto Narendro, S.Kom, MM. Dan dibantu oleh dua orang mahasiswa,telah sedikit banyak telah mampu melakukan sharing knowledge atau saling berbagi ilmu antara kami para Dosen dan Mitra kami Para Guru dan Staf SMA Mahapatih Mojopahit Ciledug Tangerang. Beberapa foto yang telah berhasil diabadikan bersama dapat dilihat pada gambar 1. dan Gambar 2. dibawah ini.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Marketplace

Didalam suasana kesederhanaan fasilitas akan tetapi semua peserta tetap semangat dalam mengikuti pelatihan yang diselenggarakan mulai pagi hingga sore hari, Diskusi dilakukan dengan penuh suasana keakraban antara kami sebagi instruktur dengan Mitra kami para staf dan Guru dari SMA Mahapatih Mojopahit Ciledug Tangerang.



Gambar 2. Aktivitas Menjelaskan Materi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan apa yang telah dilaksanakan sepanjang pagi dan sore hari, yang didalamnya meliputi proses Pelatihan, Diskusi, dan Knowledge Sharing ,antara kami tim instruktur dari Universitas Budi Luhur serta mitra kami Staf dan Guru SMA Mahapatih Mojopahit Ciledug Tangerang, bisa ditarik kesimpulan bahwa kegiatan tersebut sangat bermanfaat karena mampu menambah pengetahuan dan ketrampilan dari peserta pelatihan E-Commerce . Dibuktikan dengan kemampuan mereka menyelesaikan Tugas dan Soal latihan yang diberikan instruktur dengan baik dan memuaskan. Demikian semoga kegiatan ini kedepan bisa lebih ditingkatkan frekuensinya, sehingga bisa meningkatkan kinerja para peserta pelatihan dalam menjalankan tugasnya sehari hari.

REFERENSI

- [1] D. Achjari, “Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce,” *J. Ekon. dan Bisnis Indones.*, vol. 15, no. 3, pp. 388–395, 2000, [Online]. Available: <http://www.amazon.com>
- [2] R. Irawati and I. B. Prasetyo, “Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang),” *Oryz*, pp. 114–133, 2020.
- [3] Laudon dan Laudon, “Implementation of E- Commerce as an online Sales Medium (Case Study at a Factory Shop in Malang City.,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 29, no. 1, pp. 1–9, 2008.
- [4] Alwendi, “Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan,” *J. Manaj. Bisnis*, vol. 17, no. 3, pp. 317–325, 2020, [Online]. Available: <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/2486>
- [5] K. Kasmi and A. N. Candra, “Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu,” *J. Aktual*, vol. 15, no. 2, p. 109, 2017, doi: 10.47232/aktual.v15i2.27.