

	SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA	Form : FM P.2.4.3
	BAGIAN PENERBITAN dan PENGELOLAAN JURNAL Jalan Kayu Jati Raya Nomor 11A Rawamangun, Jakarta Timur, Indonesia Telepon Kampus A: (021) 4750321, Kampus C: (021) 4891073, Kampus E: (021) 88868964 Faksimil: (021) 4722371, Kode Pos 13220	KODE DOKUMEN : PU.PPM.01

LETTER OF ACCEPTANCE

No. : 856/LOA/PROGRESIF/STEI/WK IV-BPPJ/III /2023

Yth Nelli Novyarni, Imelda Aprileny, Muhammad Anhar, Sumitro, Maserih

Dengan ini kami menyampaikan bahwa, artikel anda yang berjudul:

“Penyuluhan Pentingnya Business Online pada Marketplace dalam Program Jakpreneur Pemerintah Kota Jakarta Timur di Era Digitalisasi”

Telah **DITERIMA** dan akan dipublikasikan pada Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan (PROGRESIF), e-ISSN : [2798-9240](https://ejournal.stei.ac.id/index.php/PROGRESIF/article/view/856), Vol 03, No. 01 (2023) dan akan tampil secara online di <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/PROGRESIF/article/view/856>

Terima kasih telah mensubmit artikel anda pada Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan (PROGRESIF). Saya berharap kolaborasi ini akan mempercepat pengetahuan secara umum khususnya dalam bidang Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen.

Jakarta, 01 Maret 2023

Mengetahui
Wakil Ketua IV,




Drs. Jusuf Hariyanto, MSc
NIK : 010486037

Chief Editor PROGRESIF,



Dr. Rimi Gusliana Mais, M.Si, CSRS, CSRA
NIK: 010200114

Tembusan :

1. Arsip

Penyuluhan Pentingnya *Business Online* pada *Marketplace* dalam Program Jakpreneur Pemerintah Kota Jakarta Timur di Era Digitalisasi

Nelli Novyarni*, Imelda Aprileny, Muhammad Anhar, Sumitro, Maserih

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

Jl. Kayu Jati Raya, No. 11A, Jakarta, Indonesia

*Email korespondensi: nelli_novyarni@stei.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan penyuluhan pentingnya *business online* pada *marketplace* bagi pengusaha UMKM. sebagai program pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini bertujuan pengusaha UMKM dapat menambah wawasan dalam membangun karakter wirausaha yang tanggap terhadap digital, mendorong jiwa pengusaha yang tanggap teknologi, meningkatkan kesejahteraan keluarga menjadi lebih mapan, mendorong percepatan peningkatan kegiatan ekonomi, mampu menggunakan aplikasi *e-commerce* seperti : Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Elevenia dan lain-lain, menjadikan pengusaha yang dapat berjualan secara *online* yang cepat dan tepat waktu. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah penyuluhan secara offline dengan menghadirkan narasumber dari para ahli *business online* pada *marketplace* terutama shopee. Kegiatan ini dapat mendapat respon yang baik dari peserta dan kegiatan ini bersifat berkelanjutan.

Kata Kunci: Pemahaman *Business Online*, *Marketplace*, Digitalisasi

ABSTRACT

This activity aims to achieve the goal of outreach activities to MSME entrepreneurs. as a community service program, this activity aims to increase MSME entrepreneurs' insights in building digital-responsive entrepreneurial character, encourage technologically responsive entrepreneurs, improve family welfare to become more established, encourage accelerated increase in economic activity, be able to use e-commerce applications such as : Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Elevenia and others, make entrepreneurs able to sell online fast and on time. The method used in this activity is offline counseling by presenting speakers from online business experts at the marketplace especially shopee. This activity can get a good response from participants and this activity is sustainable.

Keywords: Understanding, Online Business, Marketplace, Digitization

Received: 11 Januari 2023 / Revised: 01 Maret 2023 / Accepted: 23 Maret 2023 / Online: 24 Maret 2023

PENDAHULUAN

Internet adalah jaringan besar yang dibentuk dengan menghubungkan jaringan komputer dan komputer individu di seluruh dunia melalui saluran telepon, satelit, dan sistem komunikasi lainnya. Jadi Internet pada dasarnya adalah jaringan komputer yang sangat besar yang terdiri dari jaringan-jaringan kecil yang ada di seluruh dunia dan *online* serta terhubung satu sama lain. Internet adalah kumpulan koneksi jaringan komputer yang tersedia secara global yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan standar protokol internasional (IP). Pada tingkat yang lebih dalam, Internet adalah kumpulan online dari jaringan komputer dunia, terdiri dari jutaan unit kecil.

Internet juga memudahkan untuk menemukan dan mengakses berbagai jenis informasi, dari yang sangat positif (seperti penelitian, pengusaha UMKM, dan institusi) hingga positif (misalnya, mengunjungi erotis). Daya tarik lain yang membuat Internet begitu populer sebagai sarana komunikasi, hiburan, dan bisnis adalah aspek-aspek yang terkait dengan keunggulan Internet, terutama dalam hal kenyamanan, konektivitas, dan jangkauan global, permintaan, efisiensi, interaktivitas, alternatif spasial, dan tak terbatas serta pilihan relatif, personalisasi, sumber informasi, potensi dan lain-lain.

Sistem informasi yang semula dimaksudkan untuk mengotomatisasi tugas-tugas kantor akhirnya digunakan untuk mendapatkan keuntungan strategis dengan memenangkan persaingan. Internet sebagai wujud kehadiran teknologi informasi juga telah banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing. Misalnya, Federal Express menggunakan Internet tidak hanya untuk menghemat biaya komunikasi, tetapi juga untuk memungkinkan pelanggan melacak lokasi paket atau surat yang dikirim. Selain itu, internet memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya.

Kemudahan yang diberikan oleh internet dalam dunia bisnis sangatlah penting. Di sini, pengguna internet harus berhati-hati saat menggunakan media ini, karena selain berbagai sarana yang disediakan, banyak hal yang membahayakan pengguna media ini, terutama untuk bertransaksi. Dengan banyaknya kemudahan yang dibawa oleh internet, banyak pengguna internet yang akhirnya memanfaatkan fasilitas tersebut untuk melakukan berbagai aktivitas, salah satunya adalah jual beli dalam perdagangan. Penggunaan internet dalam hal ini disebut *e-commerce* (Achjari. 2000)

Laudon dan Laudon (1998) mendefinisikan *e-commerce* sebagai:

"Proses jual beli barang elektronik oleh konsumen dan dari bisnis ke bisnis melalui transaksi komersial terkomputerisasi." Dari definisi tersebut, muncul tiga poin utama dalam *e-commerce*, yaitu:

Pertama, ada proses jual beli elektronik.

Kedua, ada konsumen atau pelaku bisnis. Terakhir, penggunaan jaringan komputer *online* untuk melakukan transaksi komersial.

Pada umumnya pelajar sekarang menggunakan handphone untuk berkomunikasi, belajar online dan memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti:

ojek *online*, *gofood*, *gopay*, dll. Pengusaha UMKM dapat menggunakan *e-commerce* di berbagai tingkatan. Ada yang menggunakan email hanya untuk bagian tertentu, misalnya:

penjual online pemula dan pembelanja online.

Electronic commerce (disingkat *e-commerce*) sebagai sarana bisnis dengan menggunakan jaringan komputer, sebenarnya sudah dikenal 20 tahun yang lalu, yaitu dari akhir tahun 1970-an hingga awal tahun 1980-an. bentuk transaksi jual beli yang didukung oleh electronic data

interchange (EDI). Dalam jual beli elektronik ini banyak aspek hukum yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Saluran online adalah saluran yang dapat diakses seseorang melalui komputer dan modem. Modem menghubungkan komputer ke saluran telepon sehingga komputer dapat mengakses berbagai layanan informasi *online*. Pemasaran online disebut *e-commerce*.

Electronic commerce dalam konteks e-business (perusahaan yang menggunakan transmisi elektronik). Secara umum, e-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi komersial barang atau jasa dengan cara elektronik. Media elektronik yang disebutkan di sini hanya berfokus pada penggunaan media internet.

Menurut Riyadi; Heru, Susilo dan Miftah Maulana. (2015), perdagangan elektronik (*e-commerce*) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, dimana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya perniagaan, tetapi juga mencakup kerja sama dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, penyediaan barang, dll. Selain teknologi *www*, *e-commerce* juga membutuhkan database atau teknologi database, surat elektronik atau surat elektronik (*e-mail*) dan bentuk teknologi non komputer lainnya seperti sistem transfer, pengiriman barang, alat pembayaran surat elektronik.

Elektronik commerce dalam konteks bisnis elektronik (perusahaan menggunakan transmisi elektronik). Secara garis besar, *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi komersial barang atau jasa dengan cara elektronik. Media elektronik yang disebutkan di sini hanya berfokus pada penggunaan media internet.

Menurut Riyadi; Heru, Susilo dan Miftah Maulana. (2015), perdagangan elektronik (*e-commerce*) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, dimana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya perniagaan, tetapi juga mencakup kerjasama dengan mitra bisnis, pelayanan pelanggan, penyediaan barang, dll. Selain teknologi *www*, *e-commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau basis data, surat elektronik atau surat elektronik (*e-mail*) dan bentuk teknologi non komputer lainnya seperti pengiriman barang, pengiriman barang dll, alat pembayaran elektronik.

Dengan berkembangnya teknologi, penggunaan internet semakin meningkat pesat dan digunakan dalam berbagai aktivitas kehidupan, penggunaan internet secara positif akan memberikan dampak yang sangat baik bagi kehidupan, contohnya seperti penggunaan internet dalam proses jual beli. - jual online. Ini tentu saja ilmu yang sangat bermanfaat jika diberikan sejak dini kepada pengusaha UMKM sebagai salah satu yang dapat digunakan nantinya ketika ingin bekerja untuk masa depan yang sukses.

Masalah yang ingin dipecahkan

Memberikan pengetahuan terapan kepada pengusaha UMKM seringkali menjadi topik diskusi yang harus dipertimbangkan karena ketika pengusaha UMKM mengembangkan usahanya dan berhadapan dengan era digital, mereka dapat bersaing dengan pengusaha lain di era digitalisasi, karena sebelumnya mereka kekurangan pengetahuan terapan penjualan secara digital. Bahkan, banyak informasi yang diberikan dalam teori sehingga ketika mereka memasuki dunia kerja, mereka tidak mengerti dan cenderung harus mulai dari nol untuk memahami apa yang harus mereka lakukan.

Oleh karenanya hal ini perlu menjadi perhatian yang sangat penting khususnya dunia pendidikan dan civitas pendidikan untuk dapat berkontribusi dalam membantu memberikan

pengetahuan-pengetahuan yang bersifat aplikatif dalam penggunaannya sehingga akan memberikan dampak yang sangat bermanfaat untuk pengusaha UMKM ketika mereka bersaing dengan pengusaha lain.

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan pengabdian masyarakat ini adalah :

“Bagaimana pemahaman *business online* pada *marketplace* bagi pengusaha UMKM di era digital?”

Solusi dan Target

Solusi dari permasalahan pentingnya *business online* pada *marketplace* adalah pengusaha yang gagap teknologi perlu sekali bagi setiap pengusaha UMKM untuk mempelajari *business online* melalui media buku dan internet serta mengikuti penyuluhan *business online* pada *marketplace* agar dapat mengembangkan bisnis dan bersaing di era digitalisasi. Sasaran kegiatan ini pengusaha UMKM pada kantor walikota Jakarta Timur.

Target kegiatan ini adalah pengusaha UMKM pada kantor walikota, Jakarta Timur. Setelah kegiatan penyuluhan dengan judul: “Penyuluhan Pentingnya *Business Online* pada *Marketplace* Bagi Pengusaha UMKM di Era Digitalisasi” ini diharapkan pengusaha UMKM memiliki pemahaman yang baik terhadap *Business Online* pada *Marketplace*.

MATERI DAN METODE

Lokasi dan waktu

Lokasi pada kantor Walikota, Jakarta Timur. Waktu pelaksanaan adalah Rabu, 16 November 2022.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan mulai dari persiapan tanggal 3 Oktober 2022 sampai dengan pelaksanaan tanggal 16 November 2022 dan sampai dengan evaluasi kegiatan dan penyelesaian laporan per tanggal 20 Desember 2022.

Khalayak sasaran

Sasaran kegiatan ini adalah 100 orang pengusaha UMKM pada kantor Walikota, Jakarta Timur. Setelah kegiatan konsultasi dengan judul: “Pentingnya pemahaman *Business Online* pada *Marketplace* bagi pengusaha UMKM di Era Digital”, diharapkan memiliki pemahaman yang baik tentang *business online* pada *marketplace*.

Metode / pendekatan

Metode yang akan dilakukan adalah dalam bentuk interaktif yakni memberikan penjelasan, penyuluhan dan pengarahan kepada peserta Pengabdian kepada masyarakat serta memberikan kesempatan bertanya bagi peserta pengabdian kepada masyarakat kepada penyuluh.

Sesi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari dua sesi:

Sesi 1 : Materi 1 : Pentingnya Pemahaman *Business Online* pada *Marketplace*

Commerce Bagi Pengusaha UMKM di Era Digitalisasi

Oleh : Afif Syaifuddin (Praktisi Business Online)

Moderator : Imelda Aprileny, SE, ME

Sesi 2 : Diskusi -Tanya Jawab

Moderator: Nelli.Novyarni, SE, M.Si, Ak.CSRS, CSRA., CSP., C.NSP.

Dr. Muhammad Anhar

Drs. Sumitro, M.Si

Maserih SE, MM

Yessi Anastasia

Rizkha Fadhillah

Metode evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan adalah menggunakan metode umpan balik kepada pengusaha UMKM soal kelebihan dan kekurangan penyuluhan pemahaman *business online* pada *marketplace* terutama Shopee.

Indikator keberhasilan

Indikator keberhasilan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah melihat dampak yang terjadi pada pengusaha UMKM dalam jangka pendek (*indicator proses* atau luaran) dan dalam jangka panjang (indikator hasil). Jika dalam jangka pendek banyak pengusaha UMKM yang menjadi pengusaha *online* pada *market place* yang sukses dikatakan berhasil dan jika usahanya menjadi perusahaan besar maka dalam jangka Panjang berhasil.

REALISASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

PELAKSANAAN/REALISASI KEGIATAN

Luaran atau output dari kegiatan ini adalah pengusaha *online* yang akan diberikan penyuluhan ini adalah pengusaha UMKM sebanyak 100 orang pengusaha UMKM yang diundang dan terdapat 92 orang yang hadir. Sehingga setelah mengikuti penyuluhan ini mereka dapat memiliki pemahaman yang baik tentang *business online* pada *marketplace* dan bisa memanfaatkan kemajuan teknologi dengan benar.

Output/luaran yang diharapkan dari acara pengabdian masyarakat ini :

1. Pengusaha UMKM dapat menambah wawasan dalam membangun karakter wirausaha yang tanggap terhadap digital.
 2. Mendorong jiwa pengusaha yang tanggap teknologi.
 3. Meningkatkan kesejahteraan keluarga menjadi lebih mapan.
 4. Mendorong percepatan peningkatan kegiatan ekonomi.
 5. Mampu menggunakan aplikasi *e-commerce* seperti : Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Elevenia dan lain-lain.
 6. Menjadikan pengusaha yang dapat berjualan secara *online* yang cepat dan tepat waktu.
- Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada kantor Walikota, Jakarta Timur. Pembicara Afif Syaefuddin dengan judul materi yang disampaikan: Pentingnya *Business Online* pada *Marketplace* bagi pengusaha UMKM di era digitalisasi. Materi yang diberikan kepada pengusaha UMKM adalah materi yang dibuat sendiri oleh pembicara. Bentuk kegiatan ini adalah penyuluhan dengan tema: “Pentingnya Pemahaman *Business Online* pada *Marketplace* Bagi Pengusaha UMKM di Era Digitalisasi”. Sedangkan metode yang akan dilakukan adalah dalam bentuk interaktif yakni memberikan penjelasan, penyuluhan dan pengarahan serta pemberian kesempatan bertanya bagi peserta P2M.

PEMBAHASAN

Menurut Afif Syaifuddin sebagai narasumber pemahaman *business online* pada *marketplace*, khususnya bagi para pengusaha UMKM sangat penting menanamkan mindset berjualan di *marketplace* yaitu *positif thinking*, *focus*, bekerja keras, komitmen dan pantang menyerah, pahami setiap *marketplace* terutama shopee karena banyak *marketplace* tokopedia, shopee, bukalapak dan Lazada, lakukan riset produk dengan menggunakan *google trend* lalu perhatikan dan langsung praktik.

Afif Syaifuddin juga mengemukakan harus mengetahui alasan harus berjualan di shopee (contoh *marketplace*) yaitu fitur promosi gratis untuk menarik pembeli dan meningkatkan penjualan, *marketplace* no.2 pengunjung terbanyak di tahun 2022 (132 juta pengunjung perbulan), bisa akses dari HP, terintegrasi dengan jasa kirim yang didukung shopee untuk mempermudah pengiriman, pengguna aplikasi Shopee di install lebih dari 203.000.000 user dan terdapat panduan webinar dan pelatihan gratis di pusat edukasi penjual.

Kegiatan ini sangat didukung oleh Pengusaha UMKM karena saat ini adalah era digital, sehingga para pelaku UMKM perlu memahami pemahaman *business online* pada *marketplace* di era digital. Kegiatan ini berjalan dengan baik dibuktikan dengan antusiasnya para pengusaha UMKM untuk mempertanyakan keinginan tahanan mereka terhadap *business online* pada *marketplace* di era digital dan sangat diapresiasi oleh Kepala Suku Dinas PPKUKM Jakarta Timur Parulian Tampubolon karena kegiatan ini sangat bermanfaat bagi para pengusaha UMKM. Peserta dan Bagian Suku Dinas PPKUKM berharap kegiatan ini dapat berkelanjutan.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2022)

Gambar 1.

Pemberian Materi Penyuluhan disampaikan oleh Afif Syaifuddin



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2022)

Gambar 2.

Tim Pelaksana

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

KESIMPULAN

Pemahaman *business online* pada *marketplace* sangat penting bagi pengusaha UMKM di era digital karena di era digital ini diharapkan para pengusaha UMKM tidak gagap teknologi dan mengenal digital di bidang *business online* pada *marketplace* yang serba digital.

Masalah yang dihadapi dalam proses memahami *business online* pada *marketplace* adalah kurangnya sumber bacaan dan sarana yang digunakan untuk esai.

Rekomendasi yang dapat diberikan adalah untuk memahami *business online* pada *marketplace* di era digital, para pengusaha UMKM harus banyak membaca, menghadiri acara konsultasi tentang *business online* pada *marketplace* di era digital.

SARAN KEGIATAN LANJUTAN

Kegiatan ini diharapkan berkelanjutan bersama pengusaha UMKM pada kantor walikota, Jakarta Timur mengenai bagaimana membuat business online lanjutan pada *marketplace* terutama Shopee serta *marketplace* lainnya secara digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dan Yayasan pendidikan Fatahillah Jakarta yang telah menyediakan dana pengabdian kepada masyarakat ini.

REFERENSI

Achjari, Didi. 2000. Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce , pp 388 – 395

[Http: //Eprints.stainkudus.ac.id](http://Eprints.stainkudus.ac.id)

Laudon, Kenneth J, dan Laudon, Jane P (1998). Sistem Informasi Manajemen: The Digital Firm, International Edotion. New Jersey: Pentise Hall International Inc.

Riyadi; Heru, Susilo dan Miftah Maulana. 2015. *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pabrik Kota Malang*, Vol 29.No 1

LINK JURNAL PROGRESSIF

<https://ejournal.stei.ac.id/index.php/PROGRESIF/article/view/856>