

PENDAMPINGAN APLIKASI *E-COMMERCE* UNTUK PENJUALAN PADA DEPOT AIR MINUM RM-IKHSAN

Firmansyah Tanjung¹, Marnala Sitinjak², Andry³, Hendra Kasman⁴

^{1,2}STMIK Dharmapala Riau, Indonesia

^{3,4}STIE Mahaputra Riau

Email: ¹Firmansyahtanjung1986@gmail.com, ²riauipemi@gmail.com, ³flyandry@gmail.com,

⁴hendra.kasman21@yahoo.co.id

Diterima: 30 April 2024. **Disetujui:** 20 Januari 2025. **Dipublikasikan:** 20 Maret 2025

Abstract

E-commerce can also be called distributing, buying, selling, marketing goods and services using the internet. All of these components apply to e-commerce, such as customer service, product service, payment methods, and promotions. The development of the internet which is currently increasingly advanced can be one of the driving factors in the development of e-commerce. The internet is one of the computer networks in the world that allows communication and interaction between one individual and another individual or one group with another group precisely and quickly. Methods for implementing community service can be carried out using several methods, including planning, implementation, observation and evaluation. The results of this community service activity. This community service activity is aimed at partners in order to encourage partners' understanding of the use of e-commerce for partners. There are several benefits that can result from this community service activity, which can minimize the risks generated by people or employees, making it easier for businesses to carry out business promotions.

Keywords: *E-Commerce and Sales.*

Abstrak

Berkembangnya internet yang saat sekarang ini yang semakin maju dapat menjadi salah satu faktor pendorong dalam hak perkembangan e-commerce. Internet adalah salah satu jaringan komputer yang ada di dunia yang dapat terjadinya komunikasi dan interaksi antar satu individu dengan individu lainnya maupun kelompok satu dengan kelompok lainnya yang secara tepat dan cepat. Metode dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dapat dilaksanakan dengan beberapa diantaranya adalah perencanaan, pelaksanaan, observasi dan evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada mitra dalam rangka mendorong adanya pemahaman mitra dalam hal penggunaan *e-commerce* kepada pihak mitra, ada beberapa manfaat yang dapat dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat meminimalkan terjadinya resiko yang dihasilkan oleh orang atau karyawan, mempermudah pihak usaha dalam melaksanakan promosi usaha tersebut

Kata Kunci: E-Commerce dan Penjualan

1. Pendahuluan

E-commerce dapat juga disebut dengan menyebarluaskan, membeli, menjual, memasarkan barang dan jasa dengan menggunakan internet. Semua komponen tersebut berlaku didalam *e-commerce*, seperti layanan pelanggan, layanan produk, metode pembayaran, maupun promosi. Secara garis besar ecommerce adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui Internet, dalam pengertian yang paling situs website yang mengiklankan dan mempromosikan produk juga bisa dapat dianggap sebagai e-commerce. *E-Commerce* terdiri atas beberapa jenis, yaitu sebagai berikut: *business-to-bussinnes*(B2B) yang merupakan transaksi antar organisasi bisnis yang dilakukan di *electronic market*, *business-to-customer* (B2C) yang merupakan transaksi antar bisnis ke pelanggan secara eceran dengan pembeli perorangan. *Consumer-to-consumer* (C2C) yang merupakan metode konsumen menjual secara langsung ke konsumen lainnya. *Consumen-to-businnes* (C2B) yang merupakan perseorangan yang menjual produk atau layanan ke organisasi, dan perseorangan yang mencari penjual, berinteraksi dengan mereka da menyepakati suatu transaksi.

Adapun dampak positif *E-Commerce* adalah revenue stream (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan untuk UMKM, yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional, dikarenakan teknologi yang digunakan yang tidak memiliki batas jarak, ruang dan waktu, sehingga secara cepat UMKM dapat menerima informasi yang berguna bagi peningkatan penjualan produk. Selain itu *e-commerce* dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar), karena dengan *e-commerce* pemasaran UMKM tidak terpatok pada satu daerah saja, UMKM bisa mendapatkan pelanggan di seluruh daerah (Mahmud, 2022). Berkembangnya internet yang saat sekarang ini yang semakin maju dapat menjadi salah satu faktor pendorong dalam hak perkembangan *e-commerce*. Internet adalah salah satu jaringan komputer yang ada di dunia yang dapat terjadinya komunikasi dan interaksi antar satu individu dengan individu lainnya maupun kelompok satu dengan kelompok lainnya yang secara tepat dan cepat.

Di berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia, *e-commerce* sudah berkembang secara pesat dan memberikan kontribusi yang besar di sektor ekonomi. Salah satu hal yang menyebabkan pesatnya perkembangan *e-commerce* adalah meningkatnya pengguna internet dikarenakan pentingnya internet sebagai fasilitator utama dalam e-commerce. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pengguna internet di seluruh dunia terus menunjukkan peningkatan. Tiongkok merupakan negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia dengan perkiraan 829 juta pengguna pada tahun 2019. Negara Asia lain yang memiliki jumlah pengguna internet yang tinggi adalah India dan Indonesia dengan perkiraan jumlah pengguna mencapai 560 juta dan 143 juta pengguna internet pada tahun 2019 (Bahtiar, 2020).

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah yang dilakukan secara mandiri dengan berbagai jenis bidang usaha yaitu usaha air isi ulang atau depot air minum isi ulang, untuk hal pemasaran yang saat ini dilakukan dengan cara menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut. Sedangkan konsumen yang melakukan pembelian belum terlalu banyak dikarenakan promosi yang kurang dikenal. Padahal dengan kemajuan teknologi saat ini dapat memanfaatkan peranan internet dan perangkat mobile yang dimiliki untuk mengembangkan usaha yang dimiliki secara online sehingga memungkinkan pencapaian pangsa pasar yang lebih luas.

Beberapa pengabdian yang terkait dengan pengabdian masyarakat ini diantaranya telah dilaksanakan oleh Hermawati dan Solihaningtiyas (2021) dengan hasil pengabdian masyarakatnya adalah penggunaan platform ecommerce tokopedia merupakan pemanfaatan



media teknologi internet untuk menjangkau pasar lebih luas sehingga diharapkan dapat meningkatkan ekonomi warga ibu-ibu PKK Lubang Buaya.

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian masyarakat ini diantaranya adalah

- a. Kurangnya adanya sistem pelayanan transaksi penjualan jarak jauh yang bisa mempermudah dalam memperluas wilayah pemasaran
- b. Masih kurangnya pengetahuan SDM dalam memanfaatkan e-commerce sebagai media promosi dalam meningkatkan penjualan usaha

1. Metode Pelaksanaan

Metode dalam hal pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa diantaranya adalah perencanaan, pelaksanaan, observasi dan evaluasi, berikut ini penjelasan dari metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini :

a. Perencanaan

Kegiatan yang terkait dengan perencanaan yaitu :

1. Melakukan koordinasi dengan mitra sebagai pemberian izin dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini .
2. Melakukan penyusunan materi penyuluhan e-commerce sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan.

b. Pelaksanaan

Kegiatan yang terkait dengan pelaksanaan yaitu :

1. Menjelaskan mengenai pentingnya penyuluhan e-commerce sebagai media promosi.
2. Menjelaskan materi peningkatan e-commerce sebagai sebagai media promosi peningkatan penjualan

c. Observasi dan evaluasi

Kegiatan yang terkait dengan observasi dan evaluasi yaitu kegiatan observasi dilakukan secara langsung oleh tim pelaksana, observasi berupa pengecekan hasil dari pelaksanaan dan proses evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui kekurangan dan kendala dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian

2. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dicapai sebagai berikut :

1. Pelaku usaha maupun mitra memiliki antusias yang tinggi dalam penggunaan
2. UKM di Rantau Merangin antusias terhadap pelatihan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan profesionalisme yang telah dilakukan.
3. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra tentang E-Commerce
4. Materi pelatihan E-Commerce

3.2 Pembahasan

Ada beberapa alasan yang pada umumnya di ungkapkan oleh pelaku usaha yaitu belum dapat memanfaatkan pemasaran secara menggunakan media *e-commerce* disebabkan karena kurang terbiasa dengan pemasaran menggunakan teknologi, oleh sebab itu masih menggantungkan pada pembeli yang sudah biasa membeli atau pelanggan yang sudah menjadi langganan. Melalui kegiatan ini penulis mengajak para pelaku usaha yang belum



maupun sudah memanfaatkan media online dalam memasarkan produk dengan menggunakan *e-commerce* diharapkan untuk dapat memulai menggunakan dan meningkatkan pemanfaatan penggunaan media sosial *e-commerce*, dan bagi pelaku usaha yang sudah memanfaatkan pemasaran online, mereka merasa sudah cukup untuk menggunakan media sosial dan tidak ingin untuk mencoba menggunakan media sosial lain. Disamping mengetahui data mengenai penggunaan pemasaran digital.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

4. Penutup

4.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada mitra dalam rangka mendorong adanya pemahaman mitra dalam hal penggunaan *e-commerce* kepada pihak mitra, ada beberapa manfaat yang dapat dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat meminimalkan terjadinya resiko yang dihasilkan oleh orang atau karyawan, mempermudah pihak usaha dalam melaksanakan promosi usaha tersebut

4.2 Saran

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini masih perlu dilakukan pendampingan mitra secara terus menerus kepada mitra agar program ini dapat dilanjutkan dengan baik. Selanjutnya perlu dilakukan sosialisasi tentang kegiatan PkM dengan mitra-mitra lain.

Daftar Pustaka

Hermawati Mercy dan Dian Nur Sholihaningtias (2021). Pemanfaatan E-Commerce Tokopedia Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Warga Ibu-Ibu PKK. *Jurnal PKM*, Volume 04, Nomor 06, Desember.

Mahmud Mulyani (2022). Pemanfaatan Media Sosial & *E-Commerce* Guna Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pada Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Ekonomi*, Volume 2, Nomor 1, November.

