

PELATIHAN PEMBUATAN TOKO ONLINE PADA MARKET PLACE BAGI UMKM KUBE KULINER ASAHAN

Masitah Handayani^{1*}, Havid Syafwan², Fauriatun Helmiah², Abdul Azis Ubaidillah¹

¹Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

²Manajemen Informatika, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

email: ¹bungafairuz8212@gmail.com

Abstract: The development of science and technology causes humans to always think forward. Within the community, it is not uncommon to find a group of people/individuals who open a business. This is one of the reasons for the growth of the trading system. UMKM can support the life of a person from any background as long as they have the expertise and will. Because with small capital, without a business license, as well as utilizing existing resources, a person can already have an income and is said to be not unemployed. The large number of UMKM actors that have grown from time to time has led to competition and inefficiencies in obtaining the desired goods. This is because to get an item, you have to go to the place directly. In addition, competition among UMKM actors will also lead to intense competition, if they cannot manage their business properly, it will cause the business to suffer losses and it is possible that it will close. With the development of science and technology, UMKM actors get around this by building online shops (online shops) through market places. Marketplace helps create a new online world market that can lure UMKM players into buying and selling activities online.

Keyword: online shop; market place; UMKM

Abstrak: Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan manusia untuk senantiasa berfikir maju. Di dalam lingkungan masyarakat, tak jarang ditemukan adanya sekelompok orang/individu yang membuka usaha. Hal ini merupakan salah satu penyebab tumbuhnya sistem perdagangan. UMKM dapat menjadi penopang kehidupan seseorang dari kalangan manapun asalkan memiliki keahlian dan kemauan. Karena dengan modal kecil, tanpa izin usaha, serta memanfaatkan sumber daya yang ada seseorang sudah bisa memiliki penghasilan dan dikatakan tidak pengangguran. Banyaknya pelaku UMKM yang tumbuh dari masa ke masa menyebabkan terjadinya persaingan dan ketidak efisiensi dalam memperoleh barang yang diinginkan. Hal ini disebabkan untuk mendapatkan suatu barang, maka harus mendatangi tempatnya langsung. Selain itu, persaingan diantara pelaku UMKM juga akan menyebabkan persaingan yang ketat, jika mereka tidak dapat mengelola dengan baik usahanya maka akan menyebabkan usaha tersebut akan mengalami kerugian dan tidak menutup kemungkinan akan tutup. Dengan perkembangan IPTEK, maka pelaku UMKM menyiasati hal tersebut dengan membangun toko online (online shop) melalui market place. Market place membantu terciptanya pasar dunia online baru yang dapat memancing para pelaku UMKM dalam kegiatan jual beli secara online.

Kata kunci: toko online; market place; UMKM

PENDAHULUAN

Sistem Informasi adalah suatu kegiatan dari prosedur-prosedur yang

diorganisasi, bilamana dieksekusi akan menyediakan informasi untuk mendukung pengambil keputusan dan pengendalian di dalam organisasi. (Hendra et al.,

2020) Dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan manusia untuk senantiasa berfikir maju. Di dalam lingkungan masyarakat, tak jarang ditemukan adanya sekelompok orang/individu yang membuka usaha. Hal ini merupakan salah satu penyebab tumbuhnya sistem perdagangan.

UMKM dapat menjadi penopang kehidupan seseorang dari kalangan manapun asalkan memiliki keahlian dan kemauan. Karena dengan modal kecil, tanpa izin usaha, serta memanfaatkan sumber daya yang ada seseorang sudah bisa memiliki penghasilan dan dikatakan tidak pengangguran. Banyaknya pelaku UMKM yang tumbuh dari masa ke masa menyebabkan terjadinya persaingan dan ketidak efisienan dalam memperoleh barang yang diinginkan. Hal ini disebabkan untuk mendapatkan suatu barang, maka harus mendatangi tempatnya langsung.

Dalam dunia bisnis peranan internet telah dirasakan semakin penting dan berarti, karena melalui internet pula para pelaku usaha dapat melakukan transaksi bisnisnya secara online di mana pun berada. Tanpa internet, para pelaku bisnis yang terpisah oleh jarak dan waktu dapat dipastikan akan mengalami masalah dan kesulitan dalam hal waktu dan biaya didalam melakukan transaksi bisnis serta memperluas jaringan bisnisnya. (Handayani et al., 2021)

Pangsa pasar semakin luas, volume penjualan meningkat, dan biaya promosi dapat diminimalkan. Sayangnya informasi ini tidak seluruhnya diketahui oleh UMKM. Sampai saat ini sebahagian besar usaha kecil masih dikelola secara tradisional. UMKM relatif sulit meningkatkan daya saing produk karena mempunyai jaringan usaha terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang lemah. Selain karena ketidaktahuan informasi, penyebab lainnya adalah tidak terampil,

dan kurangnya pemberdayaan dari pihak terkait. Padahal berbagai perangkat media seperti handphone atau smart-phone android hampir semua dimiliki. (Husin et al., 2019)

Saat ini para pelaku bisnis pada umumnya masih melakukan transaksi bisnisnya secara manual melalui tatap muka secara langsung ataupun melalui telepon, seperti halnya yang dilakukan oleh kelompok UMKM KUBE Kuliner Asahan. Kelompok ini termasuk kube yang produktif serta kerja tim yang kuat dikarenakan telah memiliki produk makanan. Padahal awalnya kube ini hanya penampung para UMKM yang kesulitan melihat peluang pasar, terkendalanya modal, serta kurangnya pelatihan-pelatihan dan pengetahuan mengenai wirausaha.

Namun pada saat ini, Kube Kuliner Asahan telah mampu menciptakan produk mereka sendiri yang dikemas menggunakan label KUBE KULINER Asahan dan keuntungan dari penjualan produk tersebut dialokasikan sebagai bantuan ke para dhuafa dan anak yatim. Adapun awal tujuan didirikannya KUBE KULINER Asahan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota, dan menambah wawasan, keterampilan, serta pengetahuan anggota dalam membangun usaha.

Pesatnya persaingan antara pembisnis mengakibatkan adanya persaingan yang tidak sehat demi mendapatkan keuntungan yang besar dalam aktifitas pengembangan usahanya. Dengan perkembangan IPTEK, maka pelaku UMKM menyiasati hal tersebut dengan membangun toko online (online shop) melalui market place. Penjualan produk secara online dapat menciptakan peluang kerja baru. Market place membantu terciptanya pasar dunia online baru yang dapat memancing para pelaku UMKM dalam kegiatan jual beli secara online. Dengan

memanfaatkan marketplace, promosi dan penjualan dapat dilakukan keseluruhan dunia tanpa batasan waktu dan dengan biaya yang sangat rendah daripada promosi secara konvensional. (Putri et al., 2021).

Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat khususnya pelaku usaha kelompok KUBE Kuliner Asahan dalam memanfaatkan teknologi agar mampu bersaing dalam bisnis global.

METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Aula Kampus STMIK Royal Kisaran pada tanggal 30 Mei 2023, yang diikuti oleh anggota KUBE Kuliner Asahan dan dihadiri lebih kurang sebanyak 25 peserta.

Metode kegiatan yang digunakan adalah menggunakan metode sosialisasi dan simulasi Tahapan pada kegiatan pelatihan/workshop ini agar terlaksana dengan baik dan lancar serta tercapainya tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: (1) Mempersiapkan materi yang akan diberikan terutama slide presentasi, serta memastikan fasilitas pendukung lainnya, (2) Pemaparan materi tentang Market Place, kemudian simulasi dengan menggunakan salah satu contoh market place yang ada yaitu Tokopedia, (3) Diskusi dan tanya jawab, (4) Evaluasi keberhasilan kegiatan Pelatihan (workshop) ini dilakukan pada akhir kegiatan. Melalui sesi diskusi dan tanya jawab yang dilakukan maka dapat diukur sejauh mana pemahaman peserta yang telah diraih setelah pemaparan materi dilakukan.

PEMBAHASAN

Pengantar Market Place

Aktivitas jual beli secara online memang sedang naik daun dalam beberapa tahun belakangan. Berjualan online dapat dilakukan melalui online shop atau marketplace (Segarwati et al., 2020). Market place merupakan platform di mana penjual berkumpul dan bisa menjual barang atau jasa ke pelanggan meski tanpa bertemu secara fisik. Perusahaan market place menyediakan platform bertemunya penjual dan pembeli, di mana pembeli bisa melihat produk apa saja yang dijual, lalu perusahaan marketplace mengambil keuntungan melalui komisi dari setiap penjualan.

Platform dalam marketplace adalah bisa berbentuk website maupun aplikasi. Semua operasional market place, termasuk pengelolaan website hingga metode pembayaran difasilitasi oleh perusahaan penyedia market place.

Konsep pada marketplace adalah sebenarnya kurang lebih sama dengan pasar tradisional. Di mana pemilik marketplace tidak bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual. Ini karena tugas perusahaan marketplace adalah hanya menyediakan tempat bagi para penjual yang ingin berjualan dan pelanggan yang mencari produk dengan transaksi yang mudah dan cepat. Jika pembeli tertarik membeli, maka transaksinya akan diatur oleh marketplace, dari mulai pembayaran, hingga pengiriman barangnya hingga sampai ke tangan konsumen.

Di Indonesia, ada beberapa perusahaan market place antara lain Shopee, Tokopedia, BliBli, Belanjacom, JD.ID, Lazada, Bhineka, OLX, Elevation, dan Bukalapak.

Sejarah Aplikasi Tokopedia

Tokopedia resmi diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT Tokopedia yang didirikan

oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. Sejak resmi diluncurkan, PT Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat.

Pada tahun 2016, Tokopedia menghadirkan produk teknologi finansial. Produk *fintech* Tokopedia terdiri dari dompet digital, investasi terjangkau, kredit modal bisnis, kartu kredit virtual, produk proteksi, scoring kredit berdasarkan data untuk produk pinjaman, investasi, serta layanan keuangan lainnya.

Pada tahun 2017, Tokopedia meluncurkan produk Deals untuk membantu masyarakat Indonesia mendapatkan penawaran terbaik dari delapan kategori, termasuk Travel dan Activity. Produk ini dimaksudkan untuk membantu bisnis offline melebarkan sayap mereka secara online melalui Tokopedia.

Pada tahun 2019, Tokopedia meluncurkan jaringan Gudang Pintar bernama Toko Cabang di tiga kota yakni Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Layanan gudang ini bertujuan untuk membantu para penjual di marketplace tersebut dalam memenuhi pesannya.

Pada tahun yang sama, Tokopedia juga menghadirkan Tokopedia Salam, sebuah platform yang mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan berbagai pilihan produk dan layanan yang baik. Tokopedia Salam juga memiliki fitur halal filter yang membantu pengguna untuk menemukan produk halal secara mudah.

Pada Maret 2022, layanan pemenuhan pesanan (*fulfillment*) Tokopedia yang sebelumnya bernama Toko Cabang bertransformasi menjadi Dilayani Tokopedia. Layanan ini sepenuhnya membantu penjual dari segi operasional bisnis. Layanan yang dihadirkan mulai dari

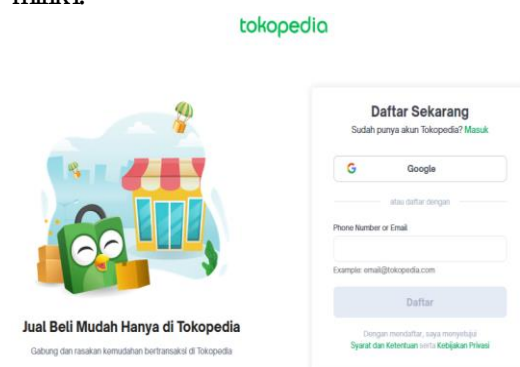
penerimaan, pengemasan, pengiriman pesanan hingga penanganan jika ada kendala transaksi.

Pada Maret 2023, Tokopedia mengumumkan jajaran kepemimpinan baru, dimana Melissa Siska Juminto kini memimpin Tokopedia sebagai Presiden unit bisnis E-Commerce sekaligus Direktur/Chief Human Resources Officer di GoTo. Sebelumnya, Melissa merupakan COO Tokopedia sejak tahun 2018. Ia bergabung dengan Tokopedia sejak tahun 2012 sebagai *Accounting and Finance Lead* dan telah membangun berbagai tim di Tokopedia. Sementara itu, William Tanuwijaya bertransisi dari tanggung jawab eksekutifnya di Tokopedia dan mendedikasikan waktunya secara penuh di Grup GoTo.

Membuka Toko Online di Tokopedia

Untuk membuka toko online di Tokopedia, ada beberapa langkah yang dilakukan yaitu:

Masuk ke dalam menu register. Pada menu ini, kita dapat masuk menggunakan akun e-mail yang telah kita miliki.



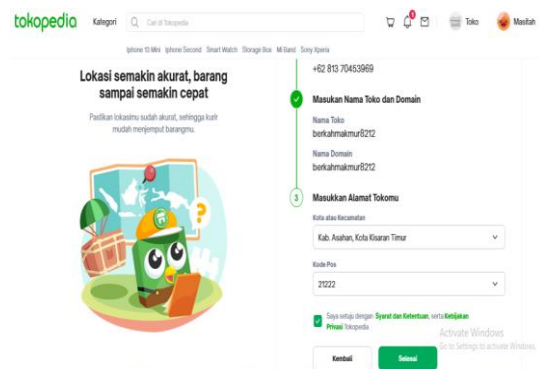
Gambar 1. Menu Login

Buka Toko Online Gratis



Gambar 2 . Membuat Toko Online Gratis

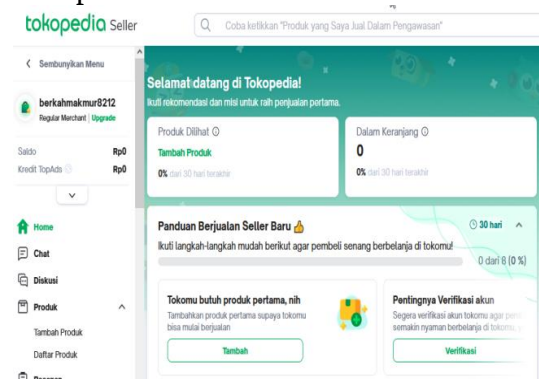
Kemudian klik “Buka Toko Gratis”



Gambar 3. Isi Biodata Pemilik Toko Online

Isi data yang diperlukan (perseorangan / perusahaan) beserta nomor HP yang aktif untuk memverifikasi akun, nama toko dan domain serta alamat toko. Pastikan semua data telah diisi dengan benar.

Isi data produk yang di jual pada menu yang telah disediakan oleh Tokopedia.



Gambar 4. Tampilan Menu Seller Baru

Berikut dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Pelatihan Pembuatan Toko Online Pada market place bagi UMKM KUBE Kuliner Kisaran:



Gambar 5. Sesi Pemaparan Materi



Gambar 6. Tim dan Peserta Pelatihan

SIMPULAN

Dari hasil evaluasi serta temuan-temuan yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa program Pengabdian Masyarakat ini telah mampu memberikan manfaat yang sangat besar dan tepat sasaran bagi para peserta kegiatan yaitu UMKM KUBE Kuliner Kisaran.

Metode sosialisasi dan simulasi merupakan bentuk yang sangat efektif dalam memberikan penyegaran dan tambahan wawasan serta pengetahuan di bidang teknologi informasi berkaitan

dengan jual beli online dan memasarkan produk. Untuk tahap pengembangan selanjutnya kami menyarankan hendaknya program-program pengabdian masyarakat seperti ini bisa dilaksanakan secara reguler dan berkala, melihat tingkat antusiasme peserta yang sangat tinggi akan keingintahuan mereka mengenai pembuatan toko online secara gratis guna mengembangkan usaha dan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, M., Ramdhan, W., & Maharani, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dan E-Commerce Sebagai Peluang Usaha Mandiri Bagi Kader Desa Kelurahan Dadimulyo. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 7–10.
- Hendra, D., Merati, A., Aprilliani, S., Faozan Afandi, M., & Nardiono. (2020). Perancangan Dan Penerapan E-Marketplace Untuk. *Dedikasi PKM*, 1(1), 60–66. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DKP/article/view/6056>
- Husin, D., Wijaya, I., Dewi, N., & . H. (2019). Promosi Produk Menggunakan Media Sosial Online Pada Para Pedagang Kecil Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Vokasi*, 3(1), 44. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v3i1.997>
- Putri, P., Syafwan, H., & Handayani, M. (2021). *PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM MENANGKAP PELUANG USAHA Sistem Informasi , Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal Manajemen Informatika , Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal Perkembangan Teknologi Infor- masi pada saat in.* 1(2), 1–6.
- Segarwati, Y., Fitrananda, C. A., Iqbal, M., & Rahiem, V. A. (2020). Pengembangan Pemasaran Online Untuk Pelaku Usaha di Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 45–53. <https://doi.org/10.30656/ka.v2i2.2066>