

PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DALAM MENANGKAP PELUANG USAHA BAGI GENERASI MUDA DI KELURAHAN SEI KAMAH I

Pristiyanilicia Putri^{1*}, Havid Syafwan², Masitah Handayani¹

¹Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

²Manajemen Informatika, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

email: *pristiyanilicia@gmail.com

Abstract: In carrying out buying and selling activities, there are so many opportunities and opportunities that exist both in the field of products and services, but not all people can take advantage of these opportunities, especially for the younger generation. One of the causes is the lack of ability and knowledge of the community in terms of utilizing Information Technology (IT) in marketing and selling online or better known as e-commerce. The purpose of this service activity is to provide understanding and knowledge to the community, especially the younger generation in Sei Kamah I Village to capture business opportunities by utilizing Information Technology in strategies to market products and services online. The method used in this service activity is in the form of socialization and simulation using one of the e-commerce applications, namely Lazada. The overall implementation of this activity went well and smoothly which was attended by approximately 25 participants where the participants were very enthusiastic in participating in this activity. The results of the service activities are in the form of increasing understanding, insight, and knowledge of the community, especially the younger generation in terms of carrying out online marketing and sales strategies. The participants of this activity hope that this community service activity can be carried out continuously and regularly by STMIK Royal Kisaran.

Keywords: E-commerce; Sei Kamah I Village; Information Technology; Young Generation.

Abstrak: Dalam melakukan kegiatan jual beli begitu besar peluang dan kesempatan yang ada baik dibidang produk maupun jasa, tetapi tidak semua masyarakat dapat memanfaatkan peluang tersebut terutama bagi generasi muda. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya kemampuan dan pengetahuan masyarakat tersebut dalam hal memanfaatkan Teknologi Informasi(TI) dalam melakukan pemasaran dan penjualan secara online atau yang lebih dikenal dengan istilah e-commerce. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat khususnya generasi muda yang ada di Kelurahan Sei Kamah I untuk menangkap peluang usaha dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dalam strategi memasarkan produk dan jasa secara online. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini berupa sosialisasi dan simulasi menggunakan salah satu aplikasi e-commerce yaitu Lazada. Pelaksanaan kegiatan ini secara keseluruhan berjalan dengan baik dan lancar yang diikuti lebih kurang 25 peserta dimana para peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini. Hasil dari kegiatan pengabdian berupa peningkatan pemahaman, wawasan, dan pengetahuan masyarakat khususnya generasi muda dalam hal melakukan strategi pemasaran dan penjualan secara online. Adapun harapan dari para peserta kegiatan ini adalah agar kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilaksanakan secara berkesinambungan dan berkelanjutan secara reguler oleh STMIK Royal Kisaran.

Kata kunci: E-commerce; Kelurahan Sei Kamah I; Teknologi Informasi; Generasi Muda.

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi pada saat ini telah memberikan kesempatan baru bagi perekonomian masyarakat khususnya masyarakat yang ada di daerah-daerah. Dengan adanya kemajuan Teknologi tersebut mengurangi batasan dalam melakukan pengembangan target pasar dalam proses pendistribusian sebuah produk atau jasa yang dimiliki (Purnomo & Wijaya, 2021).

Kelurahan Sei Kamah I merupakan sebuah wilayah yang ada di Kabupaten Asahan yang masyarakatnya memiliki generasi muda yang cukup aktif dan kreatif dalam menghasilkan beberapa produk seperti produksi batu bata, aksesoris-aksesoris, kerajinan tangan, produksi pakaian, penyedia pulsa *Handphone*, dan lain-lain. Namun tidak banyak masyarakatnya yang mampu bersaing dalam memanfaatkan peluang tersebut terlebih lebih dalam memasarkan produk tersebut.

Generasi muda di Kelurahan Sei Kamah I masih minim dalam pengetahuan Teknologi Informasi terutama bersaing dalam melakukan pemasaran maupun penjualan sehingga mereka sering tertinggal dalam bersaing dilingkungan mereka sendiri.

Pemanfaatan TI khususnya *E-Commerce* dalam memperluas pangsa pasar sangat dibutuhkan sehingga generasi muda khususnya mampu bersaing dalam bisnis tingkat global saat ini. Dengan memanfaatkan *E-Commerce*, promosi dan penjualan dapat dilakukan keseluruh dunia tanpa batasan waktu dan dengan biaya yang sangat rendah daripada promosi secara konvensional sehingga penawaran produk/jasa dapat dilakukan (Purnomo & Wijaya, 2021).

Selain itu *E-Commerce* juga dapat menciptakan peluang bisnis baru yang selama ini belum banyak dilakukan, sep-

erti penjualan produk secara *online* keseluruh dunia tanpa harus memiliki produk maupun toko sendiri terlebih dahulu (Handayani et al., 2021)

Berdasarkan dari permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka kami dari tim pengabdian masyarakat STMIK Royal sangat tertarik untuk melakukan kegiatan PKM dalam bentuk pemberian sosialisasi dan simulasi Pemanfaatan TI khususnya *E-Commerce* bagi para generasi muda yang ada di Kelurahan Sei Kamah I dalam menangkap peluang usaha secara online.

Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat khususnya generasi muda dalam memanfaatkan teknologi khususnya *E-Commerce* agar mampu bersaing dalam bisnis global.

METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada Kantor balai desa Kelurahan Sei Kamah I pada tanggal 1 Oktober 2021, yang diikuti oleh pemuda-pemudi generasi muda yang ada di kelurahan Sei Kamah I tersebut yang dihadiri lebih kurang sebanyak 25 peserta. Metode kegiatan yang digunakan adalah menggunakan metode sosialisasi dan simulasi.

Adapun langkah-langkah dalam pengabdian masyarakat menggunakan metode simulasi tersebut adalah diawali dengan memberikan sosialisasi dan ceramah mengenai pemanfaatan *E-Commerce*, kemudian dilakukan sesi diskusi serta tanya jawab mengenai pembahasan tersebut, setelah itu dilakukan simulasi dengan menggunakan salah satu aplikasi belanja *online* yaitu Lazada

secara langsung dengan menggunakan perangkat laptop.

PEMBAHASAN

Pengantar *E-Commerce*

E-Commerce (Perdagangan elektronik) merupakan pengaplikasian jaringan komputer dan komunikasi dalam operasi bisnis. Pengertian *E-Commerce* sendiri adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser web* dalam memperkenalkan, mempromosikan, serta proses jual-beli produk (Segarwati, Y., Fitrananda, C. A., Iqbal, M., & Rahiem, 2020)

Manfaat *e-commerce*

Ada beberapa manfaat *E-Commerce*, diantaranya yaitu:

1. Dapat memiliki pasar internasional;
2. Bisnis beroperasi tanpa harus terhalang oleh batas negara;
3. Anggaran dapat dihemat;
4. Proses jual-beli berlangsung cepat dan menekan resiko *human-error*;
5. Menekan pemakaian kertas dalam aktivitas, dimulai dari tahap desain, produksi, pengiriman, distribusi hingga *marketing* (Maulana et al., 2015).

Komponen *e-commerce*

Ada beberapa kelebihan yang dimiliki *e-commerce* dan tidak dimiliki oleh transaksi bisnis yang dilakukan secara *offline*, beberapa hal tersebut adalah sebagai berikut :

1. Produk: Banyak jenis produk yang bias dipasarkan dan dijual melalui internet seperti pakaian, mobil, sepeda dll.
2. Tempat menjual produk: tempat menjual adalah internet yang benar-

ti harus memiliki domain dan hosting.

3. Cara menerima pesanan: *Email*, telpon, sms dan lain-lain.
4. Cara pembayaran: *Credit card*, *Paypal*, Tunai.
5. Metode pengiriman: Menggunakan Pos Indonesia, EMS, atau JNE.
6. *Customer service*: email, Contact us, Telepon, *Chat* jika tersedia dalam *software* (Rahmadani et al., 2020).

Sejarah Aplikasi Lazada

Berdasarkan situs resmi www.tribunnewswiki.com Lazada merupakan perusahaan *E-Commerce* atau perdagangan elektronik swasta dari Singapura yang didirikan oleh Rocket Internet pada tahun 2011. *Website E-Commerce* Lazada telah launching pada bulan Maret tahun 2012 di Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand dan Vietnam. Situs Lazada Grup, beroperasi di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam, dan telah mengangkat sekitar 647 juta dollar Amerika Serikat selama beberapa putaran investasi dari investor seperti Tesco, Temasek Holdings, Summit Partners, JPMorgan Chase, investasi AB Kinnevik dan Internet Rocket.

Pada Maret 2016 Lazada mengklaim perputaran uang tahunan senilai 1,36 miliar dollar Amerika Serikat di enam pasar di Asia, menjadikannya pemain *E-Commerce* terbesar. Model bisnis Lazada adalah *marketplace* atau pasar penjualan kepada pelanggan dari masing-masing penjual. Pada 2013 Lazada menambahkan *marketplace* yang memungkinkan pengecer dari pihak ketiga untuk menjual produk mereka melalui situs Lazada.

Pada bulan April 2016, Grup Alibaba membeli saham pengendali di Lazada untuk mendukung rencana ek-

spansi internasional Alibaba. Lazada Group didirikan pada 27 Maret 2012 oleh Rocket Internet dengan tujuan membangun model bisnis Amazon.com di Asia Tenggara untuk mengambil keuntungan dari pasar konsumen online yang baru lahir dan lemahnya kehadiran Amazon di sana.

Kelebihan-kelebihan Aplikasi Lazada

Berdasarkan situs resmi www.caralazada.com ada beberapa kelebihan Lazada yang banyak dirasakan oleh para pengguna, diantaranya adalah:

1. Tampilan Sederhana

Lazada mengedepankan kesederhanaan. Hal ini terlihat dari tampilan aplikasi Lazada yang sangat sederhana dan ringan. Selain itu, Lazada memisahkan fungsi berjualan dan fungsi berbelanja sehingga aplikasi Lazada mengkonsumsi lebih sedikit ruang di memori handphone anda.

2. Melayani Fitur *Cash On Delivery* (COD)

Salah satu yang membuat pengguna Lazada nyaman adalah adanya fitur *Cash On Delivery* dimana penjual dan pembeli bisa bertemu untuk bertransaksi langsung. Hal ini mampu mengurangi masalah penipuan yang seringkali terjadi saat bertransaksi online.

3. Pengiriman Barang Cepat

Lazada mempunyai sistem pengiriman yang terbilang baik dan lebih cepat dibanding marketplace lainnya. Khususnya bila anda menggunakan kurir J&T Express. Hal ini membuat orang merasa nyaman berbelanja di Lazada. Pengiriman terlama berkisar di 3 hari.

4. Banyak Diskon

Satu lagi yang menjadi kelebihan dari Lazada adalah banyaknya diskon dan promo-promo menarik setiap waktunya sehingga banyak orang yang betah berbelanja di Lazada. Selain itu, banyak bo-

nus yang bisa pengguna dapatkan saat berbelanja di Lazada.

Cara Mendaftar Sebagai Seller

1. Daftar di Situs Lazada

Cara berjualan di lazada yang pertama kali harus mendaftar terlebih dahulu di situs resmi Lazada yaitu lazada.co.id atau link lzd.co/- menjadi *seller*

2. Klik Tombol “Menjadi *Seller*”



Gambar 1. Menjadi *Seller*

3. Kemudian klik “Daftar Menjadi Penjual Sekarang”

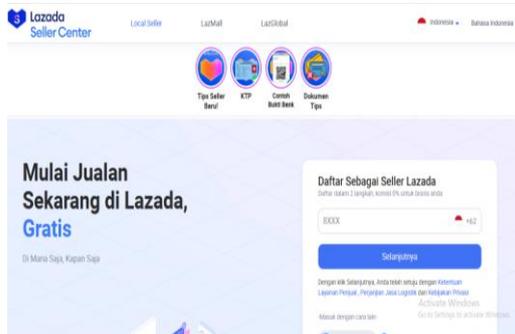


Gambar 2. Daftar Menjadi *Seller*

4. Isi data yang diperlukan (perseorangan / perusahaan) beserta nomor Hp yang aktif untuk memverifikasi akun. Pastikan sudah mengisi kolom pendaftaran yang berisi tipe toko, lokasi toko, nomor telepon, nama toko, email, kata sandi, dan validasi. Setelah itu lakukan aktivasi akun. Selanjutnya, unggah kartu identitas diri (KTP) dan halaman

depan buku rekening tabungan yang aktif untuk transaksi jual-beli terhadap calon pembeli.

jumlah *followers* pada akun pribadi media sosial, bisa mempromosikannya dengan lebih intens.



Gambar 3. Menu pengisian data

5. Pastikan anda sudah membaca dan Sepakat Tanda Tangan Kontrak “Perjanjian *Marketplace* Lazada”. Hal ini menjadi tahapan penting dengan membaca isi detail kontrak untuk menghindari kerugian di masa mendatang.
6. Selanjutnya, calon penjual bisa menandatangani dan mengunggah kembali dokumen kontrak sesuai dengan instruksi yang diminta.
7. Tahapan berikutnya persiapkan produk jualan anda di Lazada dengan mempersiapkan produk yang akan dijual ke calon konsumen. Pastikan produk dalam keadaan bagus dan berkualitas untuk dijual.
8. Setelah melakukan tahapan-tahapan tersebut, maka resmi menjadi penjual di Lazada. Pastikan untuk siap saat menangani para calon pembeli dan menjual produk dengan kualitas baik.
9. Untuk lebih banyak mendapatkan keuntungan, ada baiknya penjual membuat iklan (Ads) pada produk yang dijual di Lazada sebagai ajang promosi. Bisa juga beriklan di beberapa media sosial, terutama aplikasi *Facebook*. Jika memiliki

Berikut ini dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pemanfaatan *E-Commerce* dalam Menangkap Peluang Usaha Bagi Generasi Muda Di Kelurahan Sei Kamah I :



Gambar 4. Pembukaan kegiatan dan penyampaian materi oleh narasumber



Gambar 5. Simulasi pendaftaran menjadi seller Lazada



Gambar 6. Diskusi bersama para peserta



Gambar 7. Foto bersama tim kegiatan PKM

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 generasi muda yang ada di kelurahan Sei Kamah I. 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 pemanfaatan *E-Commerce* dalam menangkap peluang usaha dan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, M., Syafwan, H., & Putri, P. (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.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Purnomo, H., & Wijaya, T. W. (2021). Pelatihan Implementasi E-Commerce Untuk Membuka Peluang Usaha Bagi Masyarakat Di Dusun Jetis, Desa Tamantirto. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 105–110.
<https://doi.org/10.18196/ppm.31.137>
- Rahmadani, N., Handayani, M., & Putri, P. (2020). Pemanfaatan e-commerce bagi generasi milenial. 3(2), 123–128.
- 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.