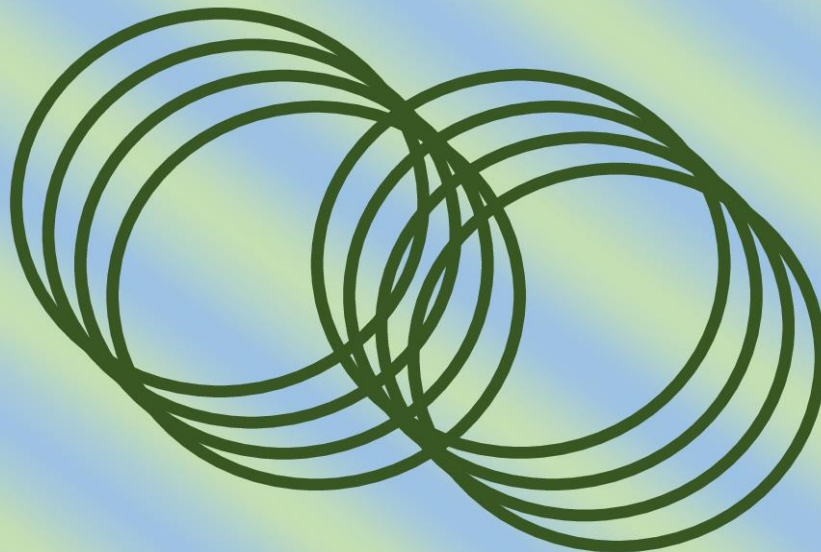


VOLUME 4 NOMOR 2 DESEMBER 2022

ISSN : 2686-0287

SINERGI

JURNAL PENGABDIAN kepada MASYARAKAT



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS TEKNIK



JURNAL PENGABDIAN kepada MASYARAKAT **SINERGI**

Pelindung

Dekan Fakultas Teknik

PenanggungJawab

Hernalom Sitorus, S.Kom., M.Kom

Dewan Redaksi

Dr. Priongo Hendradi, S.Kom., MMSI

Dr. Yusriani Sapta Dewi, M.Si

Nurul Chafid, S.Kom., M.Kom

Mitra Bestari

Dr. Hening Darpito (World Bank)

Dr. Rofiq Sunaryanto, M.Si (BPPT)

Dr. Rufman Iman Akbar E., MM.,
M.Kom (STKIP Panca Sakti)

Penyunting Pelaksana

Wawan Kurniawan S.Kom., M.Kom

JURNAL SINERGI merupakan Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat yang menyajikan hasil-hasil kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berupa penerapan berbagai bidang ilmu diantaranya pendidikan, teknik, sosial humaniora, komputer dan pengembangan serta penerapan Ipteks model atau konsep dan atau implementasinya dalam rangka peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. Redaksi menerima naskah artikel dari siapapun yang mempunyai perhatian dan kepedulian pada pengembangan teknologi lingkungan. Pemuatan artikel di Jurnal ini dapat dikirim ke alamat Penerbit. Informasi lebih lengkap untuk pemuatan artikel dan petunjuk penulisan artikel tersedia pada halaman terakhir yakni pada Pedoman Penulisan Jurnal Sinergi atau dapat dibaca pada setiap terbitan. Artikel yang masuk akan melalui proses seleksi editor atau mitra bestari.

Jurnal ini terbit secara berkala sebanyak dua kali dalam setahun yakni bulan Juni dan Desember serta akan diunggah ke Portal resmi Kemenristek Dikti. Pemuatan naskah dipungut biaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Alamat Penerbit / Redaksi

Fakultas Teknik

Universitas Satya Negara Indonesia

Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Kebayoran Lama Utara

Jakarta Selatan 12240 – Indonesia

Telp. (021) 7398393/7224963. Hunting, Fax 7200352/7224963

Homepage : <https://teknik.usni.ac.id/>

E-mail :

priongo.hendradi@gmail.com

yusrianisaptadewi@usni.ac.id

Frekuensi Terbit

2 kali setahun : Juni dan Desember

DAFTAR ISI

Pelatihan <i>Troubleshooting</i> Personal Komputer pada Remaja RT 11/RW12 di Kelurahan Pondok Aren Sukarno Bahat Nauli, Faizal Zuli, Agung Priambodo, Bosar Panjaitan, Riama Sibarani	1 - 6
Pelatihan Web <i>Programming</i> Untuk Pengembangan Aplikasi Web Pada Komunitas UMKM Silver Intervor Pualam Dipa Nusantara	7 - 11
Peningkatan Minat Pemrograman Web Untuk Siswa/siswi SMK Multimedia Yasiska Pamulang Tangerang Selatan Istiqomah Sumadikarta, T. Adi Kurniawan, Agung Priambodo, Priongo Hendradi	12 - 21
Pelatihan Komputasi Awan Menggunakan Google Sheet Bagi Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Di Lingkungan Sudin Pendidikan Jakarta Barat I Anita Ratnasari, Wachyu Hari Haji, Grace Gata	22 - 27
Pelatihan Peningkatan Bisnis Online dan Teknologi Informasi Melalui Web E-commerce Bukalapak dan Tokopedia di Lingkungn Rukun Warga 003 Kel.Sudimara Pinang Kota Tangerang Teguh Budi Santoso, Nurul Chafid, Hernalom Sitorus, Zulkifli	28 - 36
Pelatihan Pembuatan Sabun Bagi Pemuda Pemakmur Masjid (PPM) Pin Baku 39.1 Jakarta Selatan Ai Silmi	37 - 44

**PELATIHAN PENINGKATAN BISNIS ONLINE DAN TEKNOLOGI INFORMASI
MELALUI WEB E-COMMERCE BUKALAPAK DAN TOKOPEDIA DI LINGKUNGAN
RUKUN WARGA 003 KEL.SUDIMARA PINANG KOTA TANGERANG**

Teguh Budi Santoso¹, Nurul Chafid², Hernalom Sitorus³, Zulkifli⁴

^(1,2,3,4)Fakultas Teknik Program Studi Teknik Informatika

Universitas Satya Negara Indonesia

correspondent author : ¹⁾teguh.santos12@gmail.com; ²⁾chafid09@gmail.com; ³⁾hernalom@yahoo.com;
⁴⁾zulkifli@usni.ac.id

Diterima : 28 Juli 2022	Revisi : 22 Agustus 2022	Disetujui : 15 September 2022	Diterbitkan: 15 Desember 2022
----------------------------	-----------------------------	----------------------------------	----------------------------------

ABSTRAK

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, masyarakat pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang sekarang di Indonesia telah mulai diperkenalkan melalui beberapa seminar dan telah mulai penggunaannya oleh beberapa perusahaan yaitu electronic commerce atau yang lebih dikenal dengan E-Commerce. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang sekarang di Indonesia telah mulai diperkenalkan melalui beberapa seminar dan telah mulai penggunaannya oleh beberapa perusahaan yaitu electronic commerce atau yang lebih dikenal dengan E-Commerce, yang merupakan bentuk perdagangan secara elektronik melalui media internet. E-Commerce pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui internet

Kata Kunci : *e-commerce*, bukalapak, tokopedia

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ketiga faktor tersebut memiliki hubungan yang erat, karena penelitian harus dilakukan dengan menjunjung tinggi kedua dharma yang lain, sehingga penelitian diperlukan didalam mengembangkan ilmu pengetahuan serta penerapan teknologi dan informasi. Untuk dapat melakukan penelitian diperlukan adanya tenaga ahli yang kompeten dibidangnya yang dihasilkan setelah melalui proses pendidikan dan juga oleh pendidik. Ilmu pengetahuan yang telah dikembangkan sebagai salah satu hasil pendidikan dan penelitian hendaknya digunakan melalui Pengabdian pada masyarakat. Dengan demikian masyarakat mampu memanfaatkan dan juga menikmati kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dikembangkan oleh pendidikan tinggi melalui dosen maupun kolaborasi dengan masyarakat.

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, masyarakat pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut perlunya masyarakat di lingkungan khususnya pada Rukun Warga 03 di Kelurahan Sudimara Pinang memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan perbuatan hukum seperti misalnya melakukan jual-beli. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Internet

membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merebaknya media internet menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media ini. Dan salah satu manfaat dari keberadaan internet adalah sebagai media promosi suatu produk. Suatu produk yang dionlinekan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi pengusaha karena produknya di kenal di seluruh dunia

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang sekarang di Indonesia telah mulai diperkenalkan melalui beberapa seminar dan telah mulai penggunaannya oleh beberapa perusahaan yaitu electronic commerce atau yang lebih dikenal dengan E-Commerce, yang merupakan bentuk perdagangan secara elektronik melalui media internet. E-Commerce pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui internet



Gambar 1 Contoh Hasil Kerajinan Warga Rw.03

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas pada makalah ini adalah:

1. Bagaimana cara membekali *soft skill* guna memajukan masyarakat dilingkungan Sekolah Menengah Kejuruan mengenai bisnis Online Bukalapak dan Tokped ?
2. Bagaimana tingkat penguasaan Ecommerce bagi masyarakat lingkungan Sekolah Menengah Kejuruan ?
3. Sejauh mana manfaat dalam penggunaan ecommerce dimata masyarakat untuk berbisnis online?

1.3 Tujuan

Tujuan dari pembuatan penulisan P2M ini adalah :

- 1) Memberikan ketrampilan penguasaan ecommerce oleh peserta atau masyarakat Lingkungan Sekolah Menengah Kejuruan guna mempermudah pencarian sumber pengetahuan tentang bisnis Online Bukalapak dan Tokped.
- 2) Mengetahui kegunaan dan dampak dari segi aspek kreatifitas dan perekonomian masyarakat Lingkungan Sekolah Menengah Kejuruan dengan ecommerce.
- 3) Pemanfaatan Ecommerce sebagai sarana pengetahuan berbisnis secara online.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari pelatihan ini adalah

1. Menambah keterampilan masyarakat atau peserta Lingkungan Rukun Warga 03 Sudimara Pinang dalam penguasaan teknologi informasi Ecommerce.
2. Membantu kesejahteraan masyarakat Lingkungan Rw.03 dalam bisnisOnline Bukalapak dan

Tokped dengan ecommerce.

II. LANDASAN TEORI

E-commerce adalah dimana dalam satu website menyediakan atau dapat melakukan Transaksi secara online atau juga bisa merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan “get and deliver“. E-commerce akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan trading (perdagangan). Adapun pendapat mengenai pengertian E-Commerce bahwa E-commerce mengacu pada internet untuk belanja online dan jangkauan lebih sempit. dimana e-commerce adalah subperangkat dari E-Bisnis. cara pembayarannya: melalui transfer uang secara digital seperti melalui account paypal atau kartu credit Sedangkan, E-Bisnis mengacu pada internet tapi jangkauan lebih luas. area bisnisnya terjadi ketika perusahaan atau individu berkomunikasi dengan klien atau nasabah melalui e-mail tapi pemasaran atau penjualan di lakukan dengan internet. dengan begitu dapat memberikan keuntungan berupa keamanan fleksibilitas dan efisiensi. cara pembayarannya yaitu dengan melalui pembayaran digital secara E-Gold dan sudah di akui di seluruh dunia dalam melakukan transaksi online. Pada umumnya pengunjung Website dapat melihat barang atau produk yang dijual secara online (24 jam sehari) serta dapat melakukan correspondence dengan pihak penjual atau pemilik website yang dilakukan melalui email.

2.1 Sejarah dan Perkembangan Ecommerce

E-Commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis dengan tujuan mengambil keuntungan seperti penjualan, pembelian, pelayanan, informasi, dan perdagangan. melalui perantara yaitu melalui suatu jaringan computer, terutama internet. E-commerce atau bisa disebut Perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-dagang ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (e-business) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, e-pemasaran (e-marketing), atau pemasaran online (online marketing), pemrosesan transaksi online (online transaction processing), pertukaran data elektronik (electronic data interchange /EDI), dll.

2.2 Dampak dari Ecommerce

a. Manfaat Ecommerce

Ada beberapa manfaat dari Ecommerce adalah dapat kita lihat sebagai berikut:

- a) Mempermudah komunikasi antara konsumen dengan produsen
- b) Memperluas Jangkauan calon konsumen dengan targer pasar yang tak terbatas
- c) Mempermudah pemasaran dan promosi barang atau jasa
- d) Proses E-commerce lebih mudah dilakukan baik untuk penjualan ataupun pembelian secara online.
- e) Mudah untuk melakukan pembayaran secara online
- f) Penyebaran informasi yang begitu sangat mudah.

Berdasarkan hal tersebut, maka e-commerce sebagai media keterampilan berbisnis melalui dunia maya, juga mampu menghadirkan persaingan ekonomi untuk masyarakat terampil, yaitu :

- a. Sebagai media wirausaha
- b. Bersifat interaktif
- c. Memungkinkan komunikasi secara sinkron maupun asinkron

Karakteristik ini memungkinkan masyarakat melakukan komunikasi dengan para konsumen secara lebih luas bila dibandingkan dengan hanya menggunakan media promosi seperti menggunakan iklan vamplet.

b. Tentang Tokopedia dan Bukalapak

PT. Tokopedia dan Bukalapak merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau sering disebut toko daring. Sejak didirikan pada tahun 2009, Tokopedia telah bertransformasi menjadi sebuah unicorn yang berpengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara. Sedangkan PT. Bukalapak.com Tbk. merupakan salah satu perusahaan perdagangan elektronik Indonesia.

Mulanya perusahaan ini dibentuk oleh pemilik brand shopping lokal melalui grup kepemilikannya yang didirikan oleh Achmad Zaky, Nugroho Herucahyono, dan Muhamad Fajrin Rasyid pada tahun 2010.

Tokopedia dan Bukalapak merupakan toko online yang dibangun untuk memudahkan untuk semua masyarakat di Indonesia bahkan sampai manca Negara, tokopedia dan bukalapak satu-satunya cara untuk mengembangkan usaha atau bisnis dalam bidang e-commerce yang dapat membantu para pelaku usaha baik yang UMKM atau pun Non UMKM. Dengan aplikasi online semua masyarakat sangat terbantu dan dapat mengubah semua pola perekonomian.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tahapan Kegiatan

Pada tahapan persiapan dilakukan dengan melakukan identifikasi dan perumusan masalah, pengumpulan data, dan melakukan koordinasi dengan Rukun Warga di Wilayah Kota Tangerang, dengan targetnya merupakan warga sekitar lingkungan di Rw. 003, dengan para pelaku UKM. Untuk memastikan permasalahan yang ada dilapangan agar dapat disusun solusi pemecahan masalahnya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat lingkungan sekolah ini.

Pelaksanaan seluruh program ini akan diorganisir oleh tim PkM berjumlah 4 orang, dan di bantu dengan para mahasiswa dalam pelaksanaannya, dimulai dari identifikasi masalah, yaitu pada bulan September 2022, serta pelaksanaan program pada bulan Oktober 2022 dan bulan November 2022. Sasaran utama kegiatan adalah peran aktif merupakan pelaku bisnis jualan (UKM), dalam pemanfaatan layanan aplikasi e-commerce untuk memasarkan produk para tim kader PKK. Adapun uraian tahapan kegiatan program pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Tahapan Kegiatan PkM

Tahapan Persiapan	
Pra-survei	Melakukan identifikasi masalah dan kebutuhan mitra
Pembentukan Tim PkM	Melakukan pembentukan tim sesuai dengan kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra
Pembuatan Proposal	Menyusun proposal untuk menyelesaikan permasalahan mitra dan sebagai bahan ajuan dana kegiatan
Tim dan Mitra	Menyiapkan perencanaan program kegiatan, tugas dan

	fungsi setiap anggota tim dan mendata peserta dari mitra
Persiapan Alat dan Materi	Melakukan pembelian alat untuk pelaksanaan kegiatan dan pembuatan materi kegiatan
Tahapan Pelaksanaan	
Tempat dan Lokasi Kegiatan	Laboratorium Komputer Universitas Satya Negara Indonesia, Jl. Arteri Pondok Indah 11 Jakarta Selatan, DKI Jakarta
Sosialisasi etika penggunaan teknologi informasi	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi selama 30 menit
Sosialisasi mengenai pemasaran dan legalitas dalam bertransaksi online	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi selama 30 menit
Pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi toko online	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi selama 100 menit
Tahapan Evaluasi	
Evaluasi Kegiatan	Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Dimana indikator keberhasilan
Tahapan Pelaporan	
Pembuatan Laporan	Menyusun laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban tim atas pelaksanaan program untuk kemudian dilakukan publikasi

Uraian lengkap dari tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti di bawah ini:

3.2 Tahapan Persiapan

Kegiatan ini meliputi pengenalan antara tim PKM dengan mitra kader pengurus kader masyarakat dan RW 03 Kelurahan Sudiamara Pinang, sosialisasi, tujuan dan diskusi program, *brainstorming*, dan pengenalan kondisi setempat. Kegiatan awal ini bertujuan peserta merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap program yang ingin dicapai bersama. Identifikasi kebutuhan dan produk yang dihasilkan oleh mitra kader pelaku melalui komunikasi langsung dalam kunjungan ketua pelaksana ke Lingkungan Rw.003 Kelurahan Sudimara Pinang, menyampaikan kebutuhan pelatihan dalam bidang pemasaran produk secara online, dan produk yang dihasilkan oleh mitra, antara lain makanan dan minuman, kerajinan tangan, dan lain sebagainya.

3.3 Tahapan Pelaksanaan

Sosialisasi tentang etika penggunaan teknologi informasi (30 menit).

Sosialisasi mengenai pemasaran dan legalitas dalam bertransaksi online (30 menit).

Pelatihan penggunaan aplikasi toko online (100 menit)

3.4 Tahapan Evaluasi

Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra kader siswa dan siswi pada saat sebelum dan sesudah pelaksanaan program.

3.5 Tahapan Pelaporan

Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program untuk kemudian dilakukan publikasi.

3.6 Metode Pendekatan

Ada beberapa metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program, yaitu:

1) Sosialisasi

Program pengabdian kepada masyarakat diawali dengan sosialisasi penggunaan teknologi informasi dan kegiatan pemasaran online. Sosialisasi tersebut berupa pemaparan materi pertama mengenai pengenalan penggunaan teknologi informasi dan kegiatan pemasaran online dalam kegiatan usaha. Kemudian dilanjutkan pemaparan materi kedua mengenai aspek hukum dalam bertransaksi secara online yaitu menjelaskan mengenai aturan dan sanksi yang diterapkan dalam penggunaan media elektronik khususnya dalam kegiatan usaha.

Tabel 2 Materi Kegiatan

No.	Materi Kegiatan	Pemateri
1.	Sosialisasi etika penggunaan teknologi informasi	Hernalom Sitorus. M.Kom
		Dr. Zulkifli, S.Kom., M.Kom
2.	Sosialisasi mengenai pemasaran dan legalitas dalam bertransaksi online secara umum dengan mempraktekan pembuatan email secara sekilas.	Teguh Budi Santoso. M.Kom
3.	Pelatihan pembuatan akun dan penggunaan aplikasi toko online	Nurul Chafid, S.Kom., M.Kom.

2) Diskusi

Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer knowledge saja melainkan dapat sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra.

3) Pelatihan

Setelah materi disampaikan kepada mitra, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan. Pelatihan yang dimaksud adalah praktek pembuatan dan penggunaan akun pada toko online untuk kegiatan usaha mitra. Pelatihan tersebut berupa tutorial dan pendampingan praktek kepada mitra agar dapat membuat dan mengoperasikan toko online dalam kegiatan usaha.

3.7 Partisipasi Mitra

Dalam kegiatan PkM mitra kami adalah para warga RW 003. Peserta yang ikut dalam kegiatan yang dimaksud merupakan perwakilan dari mitra yang berjumlah 20 orang. Para peserta merupakan pelaku usaha iseng-iseng yang memiliki keterampilan dalam segala hal dengan kreatifitas yang ada di rumah yang belum memahami dan menerapkan pemasaran

online untuk memasarkan produknya. Mitra berkontribusi dalam kegiatan PkM yang meliputi:

1. Mitra terlibat secara penuh dalam program PkM baik dari segi perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga pada tahapan evaluasi program.
2. Mitra berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan

3.8 Evaluasi Kegiatan

Pada tahap evaluasi program yang bertujuan untuk mengetahui hasil dan progress dari pelaksanaan program kegiatan yang telah direncanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membandingkan kondisi kedua mitra sebelum program dilaksanakan dan kondisi mitra setelah program dilaksanakan. Uraian rincinya dapat terlihat pada tabel 3.

Tabel 3 Evaluasi Kegiatan PkM

1	Sosialisasi etika penggunaan teknologi informasi	Pemahaman mitra mengenai etika teknologi informasi	Peningkatan Pemahaman mitra mengenai etika teknologi informasi	Observasi, wawancara, kuesioner
2.	Sosialisasi mengenai pemasaran dan legalitas dalam bertransaksi online	Pemahaman mitra mengenai pemasaran dan legalitas dalam transaksi online	Peningkatan pemahaman mengenai pemasaran dan legalitas dalam transaksi online	Observasi, wawancara, kuesioner
3.	Pelatihan pembuatan akun dan penggunaan aplikasi toko online	Kemampuan mitra dalam menggunakan aplikasi toko online (bukalapak)	Peningkatan kemampuan dalam penggunaan toko online (bukalapak)	Observasi, wawancara, kuesioner

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Capaian Luaran Kegiatan PKM

Kegiatan PkM telah selesai dilaksanakan, maka keberhasilan program sebelum dan sesudah kegiatan diukur melalui tanya jawab dan kuesioner sebelum materi disampaikan dan evaluasi serta latihan pada saat materi sudah disampaikan. Adapun hasil yang telah tercapai dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4 Evaluasi Kegiatan PkM

No.	Materi Kegiatan	Indikator	Luaran	Presentase Sebelum	Presentase Sesudah
1.	Sosialisasi etika penggunaan teknologi informasi	Pemahaman mitra mengenai etika teknologi informasi	Dapat menjawab apa itu etika apa saja yang ada dalam menggunakan internet	19%	70%
2.	Sosialisasi mengenai pemasaran dan legalitas dalam bertransaksi Online di Tokopedia	Pemahaman mitra mengenai pemasaran dan legalitas dalam transaksi online pada Tokopedia	Dapat menjawab regulasi hukum dan pelanggaran apa saja yang ada dalam transaksi online	35%	50%
3.	Pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi toko online	Kemampuan mitra dalam menggunakan toko online (bukalapak)	Peningkatan kemampuan dalam penggunaan toko online (bukalapak)	18%	59%

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa program PkM telah mencapai luaran yang diharapkan yaitu pemahaman dan keahlian dalam perdagangan online khususnya mengenai pemasaran melalui aplikasi Tokped dan bukalapak untuk kegiatan usaha

b Pengolahan Data

Pengolahan data kuisisioner dilakukan secara deskriptif terhadap pertanyaan Pertanyaan pre test dan post test adalah (1) Apakah anda mengetahui apa itu e-commerce?, (2) Apakah anda mengetahui apa itu tentang bisnis Online Bukalapak dan Tokped secara online?, (3) Apakah anda mengetahui tata cara membuat e-mail?, (4) Apakah anda mengetahui fungsi dari e-commerce? (5)Apakah anda tau cara menuliskan atau mengupload produk dengan web e-commerce pada bukalapak dan tokped?. (6) Apakah anda tahu cara pemanfaatan web e-commerce? (7). Apakah anda tahu cara dan fungsi penggunaan alat agar dapat menggunakan web e-commerce? (8). Apakah anda dapat membuat blog dengan teknologi web dan mengoperasikan Aplikasi Bisnis Online?. Sedangkan pertanyaan post test yang lain adalah apa saran saudara untuk materi dan isi pelatihan dan saran saudara/1 untuk instruktur pelatih dan isi pelatihan.

V.KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim PkM disimpulkan bahwa pertama, pelaksanaan sosialisasi pemasaran online telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu adanya peningkatan pemahaman mengenai pentingnya etika dalam menggunakan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran secara online. Kedua, sosialisasi aspek hukum yang berkaitan dengan pemasaran online di bidang e-commerce juga telah mencapai target luaran. Peserta menjadi paham bahwa pemasaran secara online

juga diperlukan pemahaman yang berkaitan dengan aspek hukum yang harus diperhatikan terutama yang berkaitan dengan regulasi yang diatur dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dengan demikian, peserta dapat menjelaskan dan mengantisipasi hal-hal yang boleh dan dilarang pada pemasaran secara online. Ketiga, program pelatihan penggunaan akun Tokopedia dan Bukalapak telah mengalami peningkatan pula, dari total 20 peserta terdapat 12 pelaku usaha yang telah memiliki akun yang terdaftar dalam tokped dan bukhalapak *marketplace*. Dengan diselenggarakan serangkaian program, maka mitra diharapkan dapat meningkatkan keuntungan dan mengembangkan kegiatan usahanya lebih baik lagi di masa mendatang dengan terus menggali potensi bisnis untuk mengurangi angka pengangguran setelah lulus dari sekolah baik SMK atau SMA sederajat.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan untuk peningkatan kegiatan selanjutnya, yaitu karena biaya yang didanai terbatas, maka belum dapat menjangkau peserta dalam kuantitas lebih banyak dan waktu pelatihan dilakukan secara singkat, sehingga diharapkan adanya penambahan dana agar program dapat dilaksanakan dengan melibatkan peserta yang lebih banyak dan waktu yang memadai. Adapun rencana program selanjutnya dengan mitra yang sama akan diselenggarakan program sosialisasi dan pelatihan pembuatan merek beserta regulasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Daniel, Onno W Purbo; 2010; Membangun Web E-Commerce, Penerbit: Elekmedia Komputindo
- Chandra Ahmadi, Dadang Hermawan. 2013, E-Bisnis dan E-Commerce; Penerbit: Andy Jogja.
- Dadang Hermawan, Dkk. 2014. E-Bisnis dan E-Commerce, penerbit: Andy jogja
- Hudzaifah Ismail, Dkk. 2013. 1 Jam Membuat Toko Online Dengan Zen Cart, Penerbit: Elekmedia Komputindo.
- Kennet J. Laodon, Carol Guedio Traver; 2014, E-Commerce Business, Technology and Society; Global Edition.
- Madcom, 2011. Sukses Membangun Toko Online E-Commerce, Penerbit: Andi Jogja
<https://alicefbf.wordpress.com/2015/05/18/pengertian-dan-sejarah-e-commerce/>
<http://www.patartambunan.com/pengertian-e-commerce-manfaat-serta-keuntungan-e-commerce/>
<https://unindrax1eione.wordpress.com/e-commerce/definisi-contoh-dan-dampak-e-commerce/>