

**Workshop E-Commerce bagi Para Pemuda Pelaku Bisnis di Kartasura****E-Commerce Workshop For Young Business People in Kartasura****Afnan Rosyidi<sup>1</sup>, Siti Rihastuti<sup>2</sup>, Nina Dewi Lashwaty<sup>3</sup>, Ina Sholihah Widiati<sup>4</sup>**<sup>1,2,3,4</sup> STMIK Amikom Surakartae-mail: <sup>1</sup>afnan@dosen.amikomsolo.ac.id, <sup>2</sup>siti@dosen.amikomsolo.ac.id,<sup>3</sup>nina.dewi@dosen.amikomsolo.ac.id, <sup>4</sup>inasw@dosen.amikomsolo.ac.id

**Abstrak:** Pandemi covid-19 berdampak pada meningkatnya transaksi jual beli yang semula bersifat *offline* menjadi *online* ditengah-tengah kondisi pembatasan aktivitas masyarakat oleh pemerintah. Para pelaku usaha yang tidak ingin usahanya mengalami penurunan pendapatan ataupun gulung tikar mau tidak mau harus beradaptasi dengan keadaan yang ada. Mereka harus belajar untuk menjual produk/jasanya melalui daring/*online* demi menjangkau dan memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu perlu adanya seminar yang membantu para pemuda pelaku usaha bisnis di Kartasura dalam memahami *e-commerce* berikut *tools* yang akan digunakan, maka STMIK Amikom Surakarta mengadakan “*Workshop E-Commerce* bagi Para Pemuda Pelaku Bisnis di Kartasura”. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode ceramah secara daring via zoom mengingat kasus covid-19 yang cukup tinggi di wilayah Jawa Tengah pada umumnya dan Solo Raya khususnya. Para peserta tidak hanya dapat memahami pentingnya *e-commerce* berikut *tools*-nya dalam kegiatan pemasaran, tetapi juga menjadi mengerti cara memilih dan menggunakan *tools e-commerce* yang sesuai dengan kebutuhan para pemuda pelaku bisnis. Tim pengabdian kepada masyarakat berkomitmen untuk terus berkomunikasi dalam rangka pembinaan kegiatan penerapan *e-commerce* bagi pelaku bisnis di Kartasura dan menyarankan supaya dibentuk wadah yang dapat memberikan pembinaan secara berkala bagi para pemuda pelaku bisnis di Kartasura khususnya supaya dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat.

**Kata Kunci:** E-commerce, kewirausahaan, tools penjualan online.

**Abstract:** *The COVID-19 pandemic has resulted in an increase in buying and selling transactions that were originally offline to online amidst the restrictions on community activities by the government. Businessmen who do not want their income decrease or go out of business must inevitably adapt to the existing conditions. They must learn to sell their products/services online in order to reach and meet consumer needs. Therefore it is necessary to have a seminar that helps young business entrepreneurs in Kartasura understand e-commerce and the tools to be used, so STMIK Amikom Surakarta held an "E-Commerce Workshop for Youth Business Actors in Kartasura". This community service activity was carried out using an online lecture method via Zoom, considering the high number of Covid-19 cases in Central Java in general and Solo Raya in particular. The participants were not only able to understand the importance of e-commerce and its tools in marketing activities, but also to understand how to choose and use e-commerce tools that suit the needs of young business people. The community service team are committed to continuing to communicate in the context of fostering e-commerce implementation activities for business people in Kartasura also suggested that a forum be formed that can provide regular coaching for young business people in Kartasura in particular so that they can make a real contribution to the community.*

**Keywords:** *E-commerce, entrepreneurship, online sales tools.*

## A. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 sudah melanda tanah air sekitar enam belas bulan lamanya, sejak kasus pertama dilaporkan oleh Presiden Joko Widodo pada 2 Maret 2020 lalu. Pada masa awal pandemi, grafik perkembangan kasus aktif dan kematian di Indonesia menunjukkan peningkatan tajam. Upaya percepatan dan penanganan oleh Pemerintah, berupaya melandaikan grafiknya hingga sempat berangsur menurun sejak November 2020. Tetapi pada bulan Juni 2021 angka positif Covid-19 mulai merangkak naik lagi dan Kamis 17 Juni 2021 penambahan kasus aktif sebanyak 12.990 orang. Berbagai kebijakan pun diambil oleh Pemerintah baik pusat maupun daerah. Apapun nama dan bentuk kebijakan yang diambil, pada intinya adalah membatasi kegiatan masyarakat di ruang publik sehingga tidak menimbulkan kerumunan. Masyarakat diminta untuk melakukan berbagai aktivitasnya dari dalam rumah. Kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang berulang kali diterapkan ini, di satu sisi dapat menekan angka penyebaran virus Covid-19, sementara di sisi lain para pelaku bisnis merasakan penurunan omzet penjualan dengan drastis. Penjualan yang dilakukan secara tradisional yang memerlukan tatap muka antara penjual dengan pembeli, banyak yang gulung tikar. Mereka yang dapat bertahan dan bahkan mengalami peningkatan penjualan adalah para pelaku *E-Commerce*.

*E-Commerce* merupakan bagian dari *E-Business* yang berkonsentrasi pada pengadaan dan kegiatan penjualan. *Electronic Commerce* adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antar individu, rumah-tangga, perusahaan, organisasi, maupun Pemerintah, yang dilakukan melalui komputer pada media jaringan. Para pelaku bisnis yang saat pandemi berlangsung menggalakkan penggunaan *E-Commerce*, bertujuan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan pangsa pasarnya. Penggunaan *E-Commerce* dapat melebarkan jangkauan bisnis dengan biaya operasional yang tidak memberatkan. Begitu pula yang dilakukan oleh para pemuda pelaku bisnis di Kartasura. Mereka menggunakan *E-Commerce* untuk melaksanakan bisnisnya. Dalam kegiatannya para pemuda pelaku bisnis tersebut menggunakan media sosial, seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, Telegram, Line, dan sebagainya untuk memasarkan produknya (*fashion*, kuliner, jasa, dll).

Dilatarbelakangi oleh pentingnya *E-Commerce* di era ini dan selanjutnya, maka kami para dosen STMIK AMIKOM Surakarta terdorong melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjudul “*Workshop E-Commerce* bagi Para Pemuda Pelaku Bisnis di Kartasura”.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan pada Sabtu 26 Juni 2021 ini adalah :

1. Melaksanakan salah satu butir Tri Dharma Perguruan Tinggi.
2. Memperkenalkan STMIK AMIKOM Surakarta kepada masyarakat.
3. Meningkatkan pemahaman para pemuda pelaku bisnis di Kartasura akan pentingnya penerapan *E-Commerce* pada masa sekarang maupun masa yang akan datang.
4. Memperluas wawasan para pemuda pelaku bisnis di Kartasura tentang *E-Commerce*.

5. Meningkatkan penerapan *E-Commerce* di kalangan para pemuda pelaku bisnis di Kartasura untuk meningkatkan omzet penjualan.

Dengan diadakannya acara ini penulis berharap para pemuda pelaku bisnis di Kartasura dapat lebih memahami tentang pentingnya *E-Commerce*, memiliki wawasan yang luas tentang *E-Commerce* dan dapat meningkatkan penerapan *E-Commerce* untuk meningkatkan omzet penjualan.

Muchson seperti yang dikutip oleh (Hendarsyah, 2020) menyatakan bahwa kewirausahaan berkaitan dengan upaya untuk memperoleh laba melalui pemanfaatan berbagai kesempatan yang ada dengan mendayagunakan berbagai faktor produksi yang dimiliki organisasi. Pada saat pandemi Covid-19 melanda kemampuan kewirausahaan menjadi semakin teruji dan terasah, terutama kapabilitas dan fleksibilitas untuk menerapkan *E-Commerce* dalam bisnis sebagai solusi untuk meningkatkan omzet penjualan di tengah keadaan selalu diperpanjangnya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). (Alwendi, 2020) menyatakan bahwa *E-Commerce* merupakan perdagangan dengan memanfaatkan internet sebagai salah satu cara supaya perusahaan mampu bersaing secara mendunia. Menurut (Permana et al., 2021) *E-Commerce* merupakan proses jual beli antar perusahaan dengan konsumen yang dilakukan secara elektronik.

*E-Commerce* dilaksanakan salah satunya melalui media sosial. (Untari & Fajarina, 2018) menyatakan bahwa media sosial merupakan sebuah aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penggunanya saling berkomunikasi, sehingga mereka dapat dilihat sebagai potensi pasar yang besar. Ada berbagai jenis media sosial, di antaranya adalah Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Tik-Tok, Line, Whatsapp dan sebagainya. Penggunaan berbagai media digital tersebut berpengaruh besar di bidang promosi produk (Nasir et al., 2019). (Hildayanti & Sariwaty, 2020) menjelaskan bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang mempublikasikan foto-foto beserta informasi lengkap yang menyertainya, yang membantu pengusaha untuk memasarkan produknya kepada masyarakat. (Nikmah, 2017) menyatakan bahwa media sosial facebook, twitter, dan instagram dapat diterapkan penggunaannya apada semua bisnis, dari yang berskala kecil dan menengah, sampai pada perusahaan internasional. Sementara itu (Nova, 2018) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial telegram yang dapat memudahkan penggunanya saling berkiriman pesan (teks, audio, video, gambar, dan stiker), meskipun masih baru tetapi cenderung meningkat dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun sejak saat peluncurannya. Media sosial lain yang mulai meningkat penggunaannya adalah line. Line merupakan sebuah aplikasi pengiriman pesan teks, suara, gambar, dan video yang dapat diakses secara gratis oleh penggunanya (Nasyaya & Adila, 2019). Selain itu ada pula Whatsapp yang dijelaskan oleh (Trisnani, 2017) sebagai sebuah media sosial yang penggunaannya saat ini dapat untuk bersosialisasi maupun komersialisasi.

Dengan demikian memang penggunaan media sosial dalam E-Commerce sangat membantu berbagai perusahaan dari berbagai skala bisnis memenangkan hati konsumen

sehingga dapat menguasai pangsa pasarnya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan omzet penjualan meskipun di tengah kondisi pandemi Covid-19.

## **B. Metode**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengangkat judul “*Workshop E-Commerce* bagi Para Pemuda Pelaku Bisnis di Kartasura” ini secara keseluruhan dilaksanakan dalam waktu 9 (sembilan) jam, dengan pembagian waktu sebagai berikut: 4 (empat) jam adalah untuk persiapan yang meliputi observasi permasalahan di masyarakat, melakukan wawancara dengan para pemuda pelaku bisnis dan yang berminat memulai bisnis di Kartasura, sampai dengan penyusunan proposal. Dilanjutkan dengan penyelenggaraan acara pengabdian kepada masyarakat berbentuk *workshop* secara daring melalui zoom selama 2 (dua) jam, dilanjutkan pembuatan Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat selama 3 (tiga) jam.

Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemuda-pemudi di wilayah Kartasura dengan rentang usia antara 18 tahun hingga 30 tahun. Sebagian besar dari mereka telah memiliki usaha sendiri dan menerapkan *E-Commerce* dengan menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya, sementara yang lain belum memiliki usaha sendiri namun berkeinginan untuk segera memulai bisnis untuk meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga.

Alasan dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat di wilayah Kartasura adalah karena kampus STMIK AMIKOM Surakarta berdiri di Kartasura dan banyak mahasiswanya yang berasal dari wilayah tersebut. Di samping itu, kami para dosen STMIK AMIKOM Surakarta yang tergabung dalam tim pengabdian kepada masyarakat ini ingin menaati dharma ketiga dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai bentuk tanggung-jawab kami untuk memberikan kemanfaatan lebih bagi masyarakat sekitar. Kami ingin membantu pemuda-pemudi di Kartasura supaya lebih memahami penerapan *E-Commerce* dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh tim yang terdiri dari para dosen STMIK AMIKOM Surakarta. Berjumlah 4 (empat) orang, di mana 1 (satu) orang sebagai ketua dan 3 (tiga) orang adalah anggota. Adapun nama-nama yang bersangkutan dan tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Afnan Rosyidi, ST, M.Kom selaku ketua, yang juga berperan sebagai pemberi kata sambutan dan pemateri pertama.
2. Siti Rihastuti, M.Kom selaku anggota dan pemateri kedua.
3. Ina Sholihah Widiati M.Kom selaku anggota dan moderator.
4. Nina Dewi Lashwaty, SE, M.Si selaku anggota dan pemateri ketiga.

Demi kelancaran kegiatan, maka ketua dan para anggota dibantu oleh seorang pelaksana teknis bernama Slamet Margono, A.Md Kom.

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terlebih dahulu tim menyelenggarakan persiapan sebagai berikut :

1. Melaksanakan observasi di lapangan tentang permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat, khususnya para pemuda di lingkup wilayah Kartasura.
2. Melakukan wawancara dengan para pemuda pelaku bisnis di Kartasura mengenai strategi pemasaran yang telah mereka lakukan.
3. Melakukan wawancara dengan pemuda-pemudi yang berminat untuk membangun bisnis.
4. Mempersiapkan materi *workshop* yang sesuai dengan pokok permasalahan yang tengah dihadapi para pemuda di Kartasura dalam kaitannya dengan penerapan *E-Commerce* untuk meningkatkan omzet penjualan.
5. Menyusun acara.
6. Mempersiapkan hal-hal teknis yang diperlukan untuk menyelenggarakan *workshop* secara daring.
7. Melakukan koordinasi dan pembagian tugas.
8. Membuat undangan dan informasi yang ditujukan kepada pemuda-pemudi di wilayah Kartasura.

Pada hari Sabtu 26 Juni 2021 dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “*Workshop E-Commerce* bagi Para Pemuda Pelaku Bisnis di Kartasura”. Kegiatan yang dilaksanakan secara daring melalui zoom berjalan dengan lancar selama 2 jam (120 menit) sesuai rencana, yaitu dari jam 09.30 – 11.30 WIB.

*Workshop* dibawakan oleh 4 (empat) orang dosen dengan urutan dan materi sebagai berikut : Afnan Rosyidi, ST, M.Kom memberikan kata sambutan dan materi pertama yang mengupas tentang *trend* dan peluang *E-Commerce* di era teknologi industri 4.0. Materi kedua yaitu memilih *tools* penjualan *online* yang tepat untuk bisnis, disampaikan oleh Siti Rihastuti, M.Kom. Pemateri ketiga yaitu Nina Dewi Lashwaty, SE, M.Si menjelaskan tentang berbagai macam media sosial yang digunakan dalam *E-Commerce* serta bahasa pemasaran yang sesuai diaplikasikan pada masing-masing media sosial supaya mengena di hati para calon konsumen untuk dapat meningkatkan omzet penjualan. Dapat dikatakan bahwa materi-materi yang diberikan pada *workshop* ini mengupas *E-Commerce* dari tinjauan umum, teknis, dan sosial pemasaran. Sementara itu Ina Sholihah Widiati, M.Kom berperan sebagai moderator acara sejak awal hingga paripurna. Tim juga dibantu oleh seorang pelaksana teknis bernama Slamet Margono, A.Md Kom. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 41 (empat puluh satu) orang pemuda-pemudi di wilayah Kartasura. Siang harinya langsung dilanjutkan dengan pembuatan Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat.

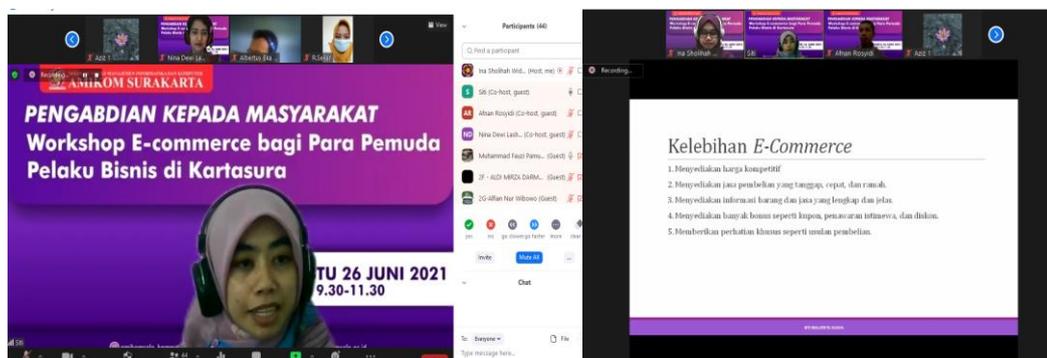
Hasil Kegiatan dijabarkan sebagai berikut :

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengangkat judul “*Workshop E-Commerce* bagi Para Pemuda Pelaku Bisnis di Kartasura” yang dilakukan secara daring melalui zoom, telah dapat diselenggarakan dengan tepat waktu, sesuai perencanaan, dan berjalan lancar.

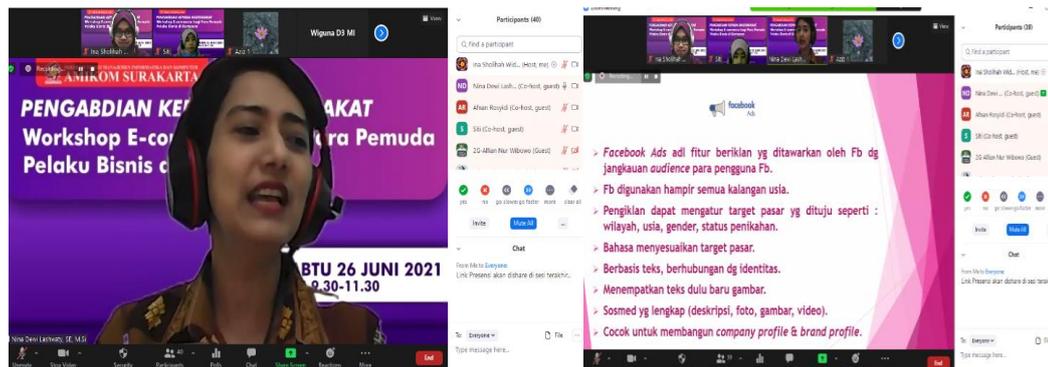
2. Para dosen anggota tim pengabdian kepada masyarakat STMIK AMIKOM Surakarta mengupas *E-Commerce* dari 3 (tiga) tinjauan, yaitu : umum, teknis, dan sosial pemasaran.
3. Para peserta yang terdiri dari 41 (empat puluh satu) pemuda-pemudi di wilayah Kartasura sangat antusias dan penuh konsentrasi mengikuti jalannya *workshop* sejak awal hingga selesai acara.
4. Para pemuda pelaku bisnis di Kartasura menjadi lebih memahami adanya perubahan strategi pemasaran, di mana tadinya pemasaran dilakukan secara konvensional yang memerlukan pertemuan fisik antara penjual dengan pembeli, menjadi perdagangan elektronik di mana kontak fisik menjadi lebih sedikit.
5. Para peserta menjadi lebih memahami bahwa pandemi Covid-19 ini telah mempercepat perkembangan penerapan *E-Commerce* dalam pemasaran untuk meningkatkan omzet penjualan.
6. Para peserta dan tim pengabdian kepada masyarakat sepakat untuk terus melakukan pembinaan UMKM yang dimiliki para pemuda pelaku bisnis di Kartasura dalam berbagai bentuk, baik berupa *workshop*, pelatihan, maupun pembentukan wadah bagi bisnis rintisan yang digeluti.



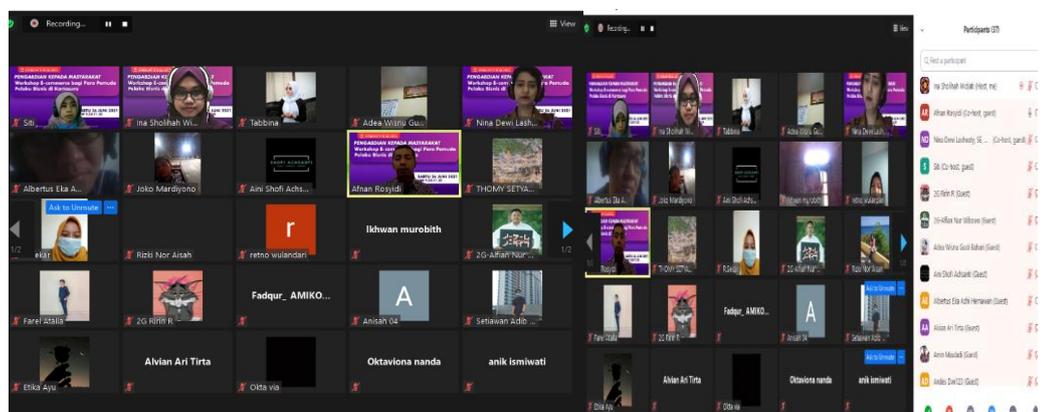
Gambar 1. Pembicara 1 memberikan materi



Gambar 2. Pembicara 2 memberikan materi



Gambar 3. Pembicara 3 memberikan materi



Gambar 4. Peserta seminar

#### D. Simpulan

Para peserta yang terdiri dari 41 (empat puluh satu) orang pemuda pemudi di Kartasura mengikuti jalannya *workshop* dengan antusias dan penuh konsentrasi. Mereka dapat lebih memahami tentang perubahan strategi pemasaran, yang tadinya dilaksanakan secara konvensional di mana memerlukan pertemuan fisik antara penjual dengan pembeli, menjadi perdagangan elektronik dengan kontak fisik yang dapat diminimalisir. Para peserta dapat lebih memahami tentang *E-Commerce* baik dari tinjauan umum, teknis, maupun sosial pemasaran. Pemuda-pemudi di Kartasura menjadi semakin memahami tentang pentingnya *E-Commerce* pada masa sekarang maupun yang akan datang. Mereka juga menjadi memiliki wawasan yang luas tentang *E-Commerce* serta dapat meningkatkan penerapan *E-Commerce* untuk mendongkrak omzet penjualan.

Penulis dari tim pengabdian kepada masyarakat juga memberikan saran kepada LPPM STMIK Amikom Surakarta untuk membentuk Komunitas Wirausaha Muda Amikom, supaya dapat memberi kemanfaatan lebih bagi masyarakat.

### **Daftar Rujukan**

- Alwendi. (2020). Penerapan e-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43.
- Hildayanti, M., & Sariwaty, Y. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Orange Button (Studi pada PT Pinisi Terbang Menari). *Jurnal Purnama Berazam*, 2(1), 69–79.
- Nasir, M., Basalamah, J., & Kusuma, A. H. P. (2019). Kegiatan e-Marketing Sebagai Bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar. *Celebes Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 2–8.
- Nasyaya, M., & Adila, I. (2019). Diversifikasi Fitur dan Kolonisasi Data Pada LINE Social Messaging. *Jurnal Komunika (Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika)*, 8(2), 96–104.
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Adbis Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 47–56.
- Nova, S. P. (2018). Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai PT Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*, 5(1).
- Permana, A. E., Reyhan, A. M., Rafli, H., & Rakhmawati, N. A. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32–37.
- Trisnani. (2017). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan di Kalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(3).
- Untari, D., & Fajarina, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta Jurnal Sekretariat Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.