JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat

https://jurnal.astinamandiri.com/index.php/JIPM
Volume 3 | Nomor 1 | Januari |2025
e-ISSN: 2985-7473

Model Pemberdayaan UMKM Dalam Industri 4.0 Berbasis Portal E-Commerce

[1*]Petrus Sianggian Purba, [2]Ghema Nusa Persada, [3]Rahmat Hartono
Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia
dosen02684@unpam.ac.id, dosen02682@unpam.ac.id, dosen02811@unpam.ac.id

Keywords:
E-Commerce; Platforms; Digital Marketing Strategy, Social Media

Abstract

This Community Service (PkM) activity aims to increase the understanding and skills of the taklim seroja assembly in utilizing social media as a model for empowering MSMEs in industry 4.0 based on e-commerce portals. In the digital era, e-commerce has become an effective and efficient platform for marketing products, especially for small and medium businesses. However, many people do not have sufficient knowledge and skills in using social media e-commerce platforms strategically to support their entrepreneurial activities. The methods used in this activity include training, mentoring, and simulation of digital marketing practices using e-commerce platforms. The training includes material on choosing the right social media platform, techniques for creating interesting content, digital marketing strategies, and marketing campaign performance analysis. Mentoring is provided to help students implement the strategies they have been taught in their creative products. The results of the activity showed that the members of the taklim seroja assembly were able to optimize the use of social media such as Instagram, TikTok and Facebook as well as the use of e-commerce platforms to market their products creatively.

Keywords:
e-commerce; platform; strategi pemasaran digital, media sosial

Abstract

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan majelis taklim seroja dalam memanfaatkan media sosial sebagai model pemberdayaan UMKM dalam industri 4.0 Berbasis portal e-commerce. Di era digital e-commerce menjadi platform yang efektif dan efisien untuk memasarkan produk, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Namun, banyak orang yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam menggunakan platform e-commerce media sosial secara strategis untuk mendukung kegiatan kewirausahaan mereka. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi pelatihan, pendampingan, dan simulasi praktik pemasaran digital dengan menggunakan platform dari e-commerce. Pelatihan mencakup materi tentang pemilihan platform media sosial yang tepat, teknik pembuatan konten menarik, strategi pemasaran digital, hingga analisis kinerja kampanye pemasaran. Pendampingan dilakukan untuk membantu siswa mengimplementasikan strategi yang telah diajarkan pada produk kreatif mereka. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa anggota majelis taklim seroja mampu mengoptimalkan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook serta penggunaan platform e-commerce untuk memasarkan produk mereka secara kreatif.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

PENDAHULUAN

Pada era digital ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang menuju 4.0 dimana perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sudah dapat menggunakan berbagai platform, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, serta bahkan platform e-commerce sekaligus mampu untuk menjadikan pemasaran produk baik jasa maupun produk barang yang nantinya akan ditawarkan. Penggunaan media sosial dan platform e-commerce dalam dunia bisnis telah membuktikan bahwa pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, dan mendekatkan bisnis kepada konsumen secara lebih cepat dan efisien.

Pada majelis taklim saroja, dilatih untuk memiliki keterampilan kewirausahaan, perlu memahami betapa pentingnya pemanfaatan platform tersebut, misalkan sebagai sarana untuk pemasaran jasa mengaji ataupun lainnya, serta media sosial sebagai sarana pemasaran untuk menjaring jamaah dan mungkin nantinya menambah santriwati potensi ini tidak luput nantinya menggunakan teknologi informasi agar memiliki potensi besar untuk dijual dan dipasarkan secara online. Namun, masih banyak di antara mereka yang belum memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial secara optimal sebagai alat pemasaran. Kendala yang dihadapi umumnya berkaitan dengan kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital, konten yang menarik, dan pengelolaan akun media sosial secara profesional.

Oleh karena itu, Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Mengengah ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan bagi jamaah majlis taklim saroja dalam memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce sebagai platform pemasaran produk kreatid mapun jasa mereka. Dengan pelatihan ini, diharapkan dapat menguasai teknik pemasaran digital yang efektif, memahami pentingnya membangun citra produk yang kuat di dunia maya, serta mampu mengelola pemasaran secara mandiri untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan usaha mereka.

METODE

Metode pendekatan ini diambil untuk solusi yang ditawarkan dalam menyelesaikan permasalahan yaitu dengan melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengajukan surat PKM ke Universitas Pamulang. Setelah mendapatkan persetujuan dari Universitas Pamulang maka kami lanjut mengajukan izin ke pihak Majelis Taklim Saroja.

Setelah izin di terima maka rencana kami acara dilakukan pada hari Jumat, 22 November 2024 secara tatap muka. Setelah kegiatan pengabdian masyarakat di Majelis Taklim selesai dilakukan, dengan cara penyampaian materi dilakukan dengan melibatkan Para Jamaah baik itu ibu-ibu maupun remaja dengan memberikan panduan bagaimana cara membuat, dan melakukan pembuatan konten dan berjualan dengan menggunakan platform e-commerce baik itu tokopedia maupun shopee yang bertujuan menjual produk berupa barang maupun jasa serta lainnya. Dan tahap selanjutnya dilakukan pembuatan laporan akhir dan desiminasi serta jurnal sebagai laporan akhir kegiatan PKM dilaksanakan. Adapun

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International

atas program pengabdian kepada masyarakat tepatnya diharapkan mendapatkan luaran sebagai berikut : Jamaah Majelis Taklim dalam hal ini yang diikuti oleh Ibu-Ibu dan Remaja yang mengikuti pelatihan dapat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai penggunaan aplikasi Shopee, tokopedia dan lainnya serta konsep e-commerce secara umum; serta dapat mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh untuk memulai usaha secara daring oleh diri sendiri.

HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan pada 22 November 2024 dengan narasumber tim PKM yang terdiri dari dosen program studi sistem informasi serta dibantu oleh beberapa mahasiswa program studi Sistem Informasi dengan audiens jamaah Majelis Taklim Saroja, yang beralamat di Jl. Bonjol RT. 03/ RW. 07 Pabuaran Barat Kel. Pondok Karya Kec. Pondok Aren - Tangerang Selatan. Pengabdian kepada masyarakat dimana sebagai kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pelaksana.

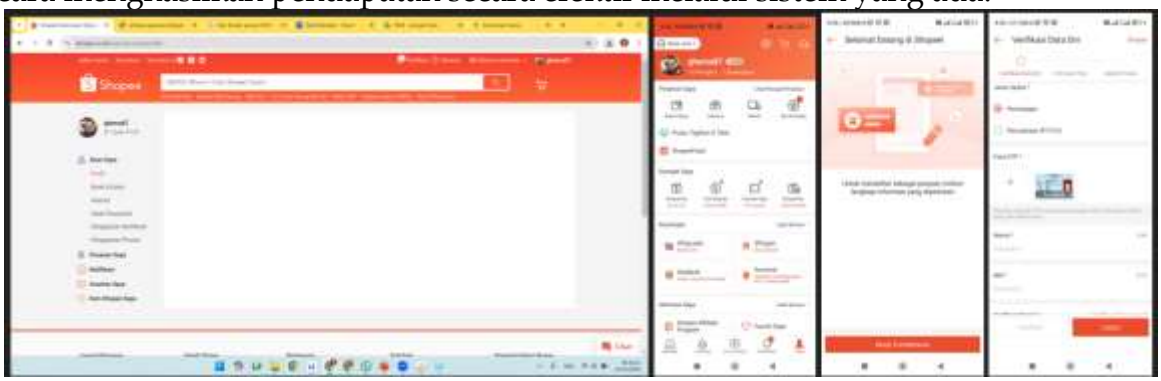
Tabel 1 – Susunan Kegiatan

Waktu	Acara	Pelaksana
13:30 – 13:40	Pembukaan	Oleh MC (Mahasiswa)
13:40 – 14:15	Sambutan	Ghema Nusa Persada, M. TI Pengurus Majlis Taklim Saroja
14:15 – 14:40	Presentasi Tentang Materi	Rahmat Hartono, M. Kom
14:40 – 15:45	Praktek	Ghema Nusa Persada, M. TI Petrus Siangian P, M. Kom dibantu oleh Mahasiswa
15:45 – 16:00	Penutupan – Doa	Rahmat Hartono, M. Kom

Pelaksanaan PKM ini dimulai dengan sambutan dari ketua tim PKM dan sambutan dari pihak Majelis Taklim Saroja Kota Tangerang Selatan. Setelah itu, materi diberikan kepada jamaah yang tidak hanya membahas cara bergabung dan menghasilkan uang melalui program Shopee Sale maupun Tokopedia, tetapi juga memberikan informasi terkait perkembangan e-commerce dan pemasaran digital saat ini yang sangat relevan dalam dunia bisnis. Jamaah diajak untuk memahami bagaimana platform e-commerce seperti Shopee dan tokopedia memberikan peluang bagi individu untuk memanfaatkan jaringan afiliasi dalam menghasilkan pendapatan.

Gambar 1 – Penyampaian dan Praktik

Penyampaian pembelajaran dengan metode pembelajaran yang variatif menjadi salah satu cara mengatasi kebosanan dalam menjalankan bisnis melalui program Affiliate. Hal ini dapat didukung dengan penggunaan media pembelajaran yang berkualitas, seperti pengenalan dan sosialisasi mengenai sistem Affiliate baik dari shopee maupun tokopedia yang mengikuti kemajuan teknologi digital. Selain itu, berbagai metode pembelajaran yang kreatif dan inovatif, seperti cara mempromosikan produk melalui platform digital, membuat peserta Shopee Affiliate lebih tertarik dan tidak jenuh terhadap materi. Dengan mengikuti perkembangan teknologi saat ini, anggota Shopee Affiliate dapat lebih memahami cara menghasilkan pendapatan secara efektif melalui sistem yang ada.



Gambar 2 – Praktik berjualan dan afiliasi

Dalam penyampaian materi maupun praktik dalam pembuatan akun e-commerce, ada beberapa hal yang akan dilakukan dalam proses diantaranya :

a. Pentingnya Kewirausahaan.
b. Pengenalan Shopee Affiliate
c. Keuntungan menggunakan Shopee Affiliate
d. Pelatihan dan Panduan

Dengan adanya interaksi ini, peserta diharapkan dapat lebih memahami potensi program Affiliate dan bagaimana cara mengoptimalkannya Serta Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan motivasi bagi peserta untuk lebih berinovasi dalam memanfaatkan peluang yang ada di dunia digital.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International

KESIMPULAN

Solusi pemacahan masalah ini dilakukan dengan melakukan pemamaran materi dan dan tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam pelaksanaan PKM : Tahap perencanaan dilakukan dengan pembentukan dan pembekalan tim PKM yang terdiri dari 3 orang dosen dan dibantu oleh beberapa mahasiswa selanjutnya menyusun proposal yang kemudian diajukan. Program ini akan dilaksanakan pada tanggal 22 November 2024; Tahap Persiapan, tahap persiapan dilaksanakan selama satu minggu yaitu berupa melakukan survey ke instansi dan melakukan komunikasi terkait kebutuhan materi serta menyerahkan surat permohonan kegiatan PKM; Tahap sosialisasi pengenalan aplikasi e-commerce baik itu tokopedia, shopee, bli-bli maupun lainnya kepada jamaah majelis taklim saroja Kota Tangerang Selatan; Tahap pemberian materi disertai praktek pembuatan akun pada aplikasi e-commerce, dan aplikasi yang digunakan untuk berjualan dan afiliasi dalam hal ini shopee; Tahap Evaluasi dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada peserta dengan diadakannya tanya jawab langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Antonius. 2009 . Pengantar Content Management System (CMS).

Davis, Gordon B. 2003. Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen. PT.Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.

Fatansyah. 2004. Basis Data. Penerbit Informatika Bandung.

Ferdiansyah, Rapelino. 2011. CMS (Content Management System) Wordpress.

Hakim, Lukman, 2004, Sistem Informasi Manajemen, Buku Pegangan Kuliah Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Haryanto, Bambang. 2004. Sistem Manajemen Basisdata. Penerbit Informatika, Bandung.

Hera, Wisnu. 2012. Struktur & Keamanan CMS.

Jogiyanto, HM. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Kotler, Philips. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas Jilid 2. Penerbit PT.Indeks. Jakarta.

Kristanto, Andri, 2003. Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya, Penerbit Gava Media, Yogyakarta.

Kroenke, David. 1989 Management Information Systems. McGraw Hill. Singapor

Ladjamudin, Al-Bahra Bin. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.

Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

R Hartono, GN Persada, P Sianggian. Implementasi Content Management System E-Commerce PKK Melati IV Desa Sawah Ciputat–Kota Tangerang Selatan dengan Metode Scrum. Spectrum: Multidisciplinary Journal 1 (3), 142-149