

---

## **Sosialisasi Pintar dalam Belanja *Online* di *Marketplace* pada RT.12, RW. 14, Kelurahan Tugu**

Achmad Sarwandianto<sup>1\*</sup>, Lusi Ariyani<sup>2</sup>, Adhi Susano<sup>3</sup>.

<sup>1,2,3</sup> Universitas Indraprasta PGRI

\* E-mail: [achmad12@gmail.com](mailto:achmad12@gmail.com), [lusiariyani0312@gmail.com](mailto:lusiariyani0312@gmail.com), [adhi.susano@gmail.com](mailto:adhi.susano@gmail.com)

---

### **Abstrak**

#### **Sejarah Artikel**

Diterima : 18 Oktober 2022

Disetujui : 05 Desember 2022

Dipublikasikan : 15 Desember 2022

---

**Kata kunci:** Belanja, Transaksi, *Marketplace*

*Marketplace* merupakan media *online* berbasis *internet* (*web based*) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Disamping banyak manfaat yang dirasakan, transaksi *Marketplace* kemungkinannya kecil jika tidak menimbulkan permasalahan. Peran pengabdian kepada masyarakat terkait sosialisasi pintar dalam berbelanja *online* di *Marketplace* sangat lah penting dilaksanakan pada masyarakat. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada RT. 12, RW. 14, Kelurahan Tugu, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok. Setelah diselusuri warga tersebut sering melakukan transaksi belanja *online*, Tujuan dari kegiatan ini diharapkan mitra dapat memanfaatkan fasilitas *Marketplace* dan mampu mengatasi kendala saat melakukan transaksi, metode pelaksanaannya diantaranya melakukan analisis, persiapan kegiatan, metode ceramah dalam menyampaikan materi dan melakukan implementasi setelah pelaksanaan kegiatan. Kesimpulan dari kegiatan tersebut Antusias peserta dalam mengikuti kegiatan begitu besar keingintahuan dalam memahami *platform Marketplace* . Peserta dapat menggunakan fitur *platform Marketplace* secara maksimal, Peserta dapat merasa tingkat keamanan dalam transaksi belanja *onlinenya* lebih terjamin. Beberapa saran untuk menunjang kegiatan pengabdian kepada masyarakat lebih baik : Perlu adanya evaluasi secara intensif kepada peserta oleh tim, menyiapkan balai pertemuan dengan ketentuan protokol kesehatan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersifat luring oleh mitra.

### **Abstract**

---

**Keywords:** *Shopping*, Transaction, *Marketplace*

*Marketplace is an internet-based (web-based) online media for conducting business activities and transactions between buyers and sellers. Despite the many perceived benefits, Marketplace transactions are unlikely to cause problems. The role of community service related to smart socialization in shopping online in the Marketplace is very important for the community. This activity was carried out at RT. 12, R.W. 14, Tugu Village, Cimanggis District, Depok City. After tracing, these residents often make online shopping transactions. The purpose of this activity is that partners can take advantage of Marketplace facilities and be able to overcome obstacles when making transactions, the implementation methods include conducting analysis, preparing for activities, lecturing methods in conveying material and carrying out implementation after carrying out activities. The conclusion of this activity was that the enthusiasm of the participants in participating in the activity was so great that they were curious in understanding the Marketplace platform. Participants can use the Marketplace platform features to the fullest, Participants can feel the level of security in their online shopping transactions is more secure. Several suggestions to better support community service activities: There needs to be an intensive evaluation of participants by the community service team, setting up meeting halls with health protocol provisions in carrying out community service activities offline by partners.*

---

## PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 usaha untuk memulai, mempertahankan dan mengembangkan bisnis dapat memanfaatkan platform digital sebagai solusinya (Awali, 2020; Perdamaian, Puspita and Frida, 2020). Transaksi pergerakan perekonomian nasional dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 yang cukup maju saat ini salah satunya dengan metode *Marketplace*. Pemanfaatan internet menjadi salah satu alternatif untuk melakukan pemasaran berbasis online, seperti *Marketplace* (Suherman & Hasanah, 2020). *Marketplace* merupakan media *online* berbasis *internet* (*web based*) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari *supplier* sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi *supplier*/penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk/jasa mereka (Opiida, 2014).

Penggunaan *Marketplace* sebagai sarana pemasaran *online* memiliki beberapa keuntungan bagi penjual diantaranya fleksibilitas waktu, tidak terdapat biaya operasional, tidak memerlukan promosi karena platform *Marketplace* telah terdapat strategi promosi tersendiri, tidak membutuhkan biaya sewa, pengguna hanya perlu mendaftarkan toko *onlinenya* untuk berjualan, meningkatkan pelayanan dan promo, dan sebagainya (Pratomo et al., 2019).

Berdasarkan riset *ShopBack* sebagaimana dikutip Kompas pada tahun 2021, di antara *Marketplace* tersebut lima yang paling populer antara lain yakni *Shopee*, Tokopedia, *Lazada*, Bukalapak dan *Blibli* (Kompas.com, diakses pada 30 Juni 2022). Penjualan dan pemasaran barang merupakan beberapa keuntungan dari *Marketplace* yang didapat untuk dimanfaatkan oleh pengusaha baru memulai usaha (Pramudita et al., 2022). Berbagai fitur unggulan yang ditawarkan pada platform belanja *online* yang disesuaikan dengan wilayah dan dukungan pembayaran maupun logistik memudahkan mengurusnya serta terpercaya adalah bagian layanan menarik konsumen untuk bertransaksi. Disamping banyak manfaat yang dirasakan, transaksi *Marketplace* kemungkinannya kecil jika tidak menimbulkan permasalahan. Menurut seorang pembeli, memilih belanja *online* yang menawarkan transaksi jual beli secara praktis dan harga murah merupakan pilihan pintar. Akibatnya sering kali pembeli lupa bahwa transaksi *Marketplace* tidak luput dari bahaya. Penjelasan umum Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 Ketentuan Umum angka 2, dijelaskan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Diperkuat Kembali pada pasal 28 ayat 1 setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Tolak ukur kontrak atau perjanjian agar dapat dinyatakan “sah” oleh hukum yaitu dengan memenuhi syarat sah perjanjian, apabila tidak memenuhi unsur tersebut maka sering terjadi permasalahan baik itu penipuan maupun hal-hal yang dilarang oleh hukum.

Jika kita melihat pada Pasal 1320 KUHPerdara sebagai instrumen penguji keabsahan kontrak yang dibuat oleh para pihak memiliki 4 syarat sah yang harus dipenuhi, yakni:

1. Kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan diri dalam perjanjian;
2. Kecakapan para pihak yang membuat perikatan;
3. Adanya suatu hal tertentu; dan
4. Terdapat sebab yang halal atau diperbolehkan.

Peran pengabdian kepada masyarakat terkait sosialisasi pintar dalam berbelanja *online* di *Marketplace* sangat lah penting dilaksanakan pada masyarakat. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada ruang lingkup RT. 12, RW. 14, Kelurahan Tugu, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok. Setelah diselusuri warga tersebut sering melakukan transaksi belanja *online*, hal ini dapat dilihat banyak biro jasa logistik yang setiap waktunya mengantar paket barang atau makanan dilingkungan tersebut.

Sisi lain beberapa warga juga mengeluh dengan hasil transaksi jual beli *online*, diantaranya : lamanya pihak logistik mengirimkan pesanan, barang yang tidak sesuai dengan pesanan, tidak mendapatkan *cashback* sesuai yang dijanjikan pihak platform *Marketplace* dan tertagihnya dana ongkos kirim saat ingin melakukan *refund* barang.

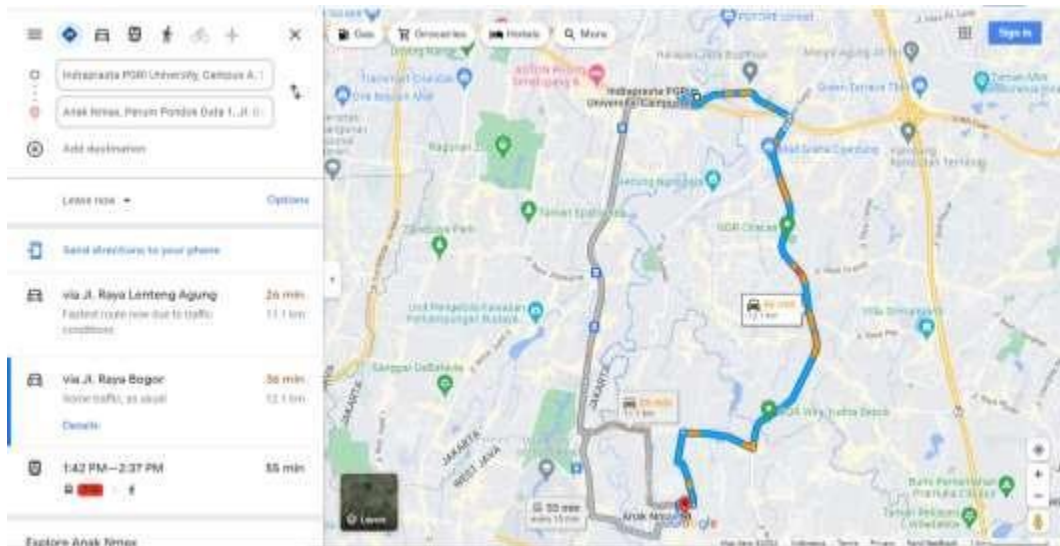
Dengan adanya kejadian tersebut maka tim pengabdian kepada masyarakat menganggap perlu ada kegiatan sosialisasi pintar dalam belanja *online* di *Marketplace* .

Tujuan dari kegiatan ini diharapkan mitra dapat memanfaatkan fasilitas *Marketplace* dan mampu mengatasi kendala saat melakukan transaksi.

Menurut Artaya (2019), secara garis besar *Marketplace* dapat menjadi 3 (tiga) jenis yaitu: (1) *Marketplace Vertikal*, yaitu *Marketplace* yang menjual produk dari berbagai sumber namun produk yang mereka jual hanya terdiri satu jenis. Misalkan sebuah *Marketplace* yang hanya menjual produk mobil dari yang bekas hingga mobil baru; (2) *Marketplace Horisontal*, merupakan *Marketplace* yang menjual berbagai jenis produk namun semua jenis barang yang dijual tersebut memiliki keterkaitan satu sama lainnya. sebuah *Marketplace* yang menjual produk komputer dan asesorisnya. Di dalam *Marketplace* tersebut tidak hanya menjual berbagai merek komputer tapi *Marketplace* tersebut juga menjual asesoris pendukung, sparepart komputer dan lain-lain; dan (3) *Marketplace Global*, merupakan *Marketplace* yang berbagai produk bahkan antar barang yang dijual dapat tidak berkaitan sama sekali. Contoh : Tokopedia, OLX dan Bukalapak.

## **METODE PELAKSANAAN**

Lokasi adalah menjadi prasyarat dalam melakukan tridarma pengabdian kepada masyarakat. Kelurahan Tugu berjarak 12.1 KM dari Universitas Indraprasta PGRI adalah kelurahan yang berada di kecamatan Cimanggis Kota Depok, Jawa Barat.



**Gambar 1.** Gambar denah lokasi PKM

Rencana kegiatan ini dapat berjalan sesuai dengan *rundown* yang dibuat oleh tim pengabdian kepada masyarakat sehingga terwujudnya luaran yang ditentukan.

Adapun tahap kegiatan adalah :

#### 1. Analisis dan Persiapan

Sebelum melakukan sosialisasi untuk menerapkan tema yang dibahas, maka perlu adanya persiapan dalam hal mempertimbangkan materi yang sesuai dengan kebutuhan pengabdian masyarakat. Tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) universitas indraprasta PGRI merencanakan saat pelaksanaan diantaranya melakukan survei secara menyeluruh di lingkungan mitra untuk mendeteksi keakuratan data dan informasi yang diterima TIM PKM

#### 2. Ceramah

Pelaksanaan kegiatan ini perlu adanya fitur – fitur yang terdapat pada *Marketplace* dan *Smartphone* sebagai alat bantu untuk menyampaikan tema tim pengabdian masyarakat kepada para peserta dan aplikasi pendukung menggunakan *Smartphone* atau Android yang bisa di akses dengan mudah.

#### 3. Implementasi

Kegiatan ini peserta dapat mencoba atau berinteraksi pada saat penerapan pengabdian masyarakat berlangsung. Tim pengabdian masyarakat lainnya mendampingi dan memonitoring para peserta, jika ada kendala dalam implementasi, tim pengabdian masyarakat akan membantunya. Sehingga acara dapat lebih efektif dan dapat selesai sesuai dengan waktu yang ditentukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tiga orang dosen dan satu mahasiswa dari program studi teknik informatika, yang memiliki keahlian dalam bidang teknologi. Pelaksanaan pengabdian dilakukan 2 sesi dan menggunakan *google meet* yaitu pada tanggal 17 dan 24 September 2022.

**Tabel 1.** Kegiatan Sosialisasi Pelatihan

No	Tanggal	Kegiatan	Pembicara	Jam
1	17 September 2022 24 September 2022	Pembukaan	Ketua RT, Ketua Pelaksana Sekretaris RT, Ketua Pelaksana	1
2	17 September 2022 24 September 2022	Sosialisasi Pintar dalam Belanja <i>Online</i> di <i>Marketplace</i> : 1. Manfaat Belanja <i>Online</i> 2. Mencegah Penipuan Belanja <i>Online</i>	Narasumber	7 7
3	17 September 2022 24 September 2022	Penutup (Sambutan, Doa dan Evaluasi)	Narasumber	1

Sumber: Tim Pengabdian Kepada Masyarakat, 2022

Penjelasan tabel 1, terkait rundown sosialisasi pelatihan yaitu:

- 17 dan 24 September 2022, Pukul 07.30 – 08.00 WIB, jadwal peserta melakukan registrasi bergabung *google meet*.
- 17 dan 24 September 2022, Pukul 08.00 – 09.00 WIB, sesi sambutan dari ketua pelaksana kegiatan, ketua RT/Sekretaris RT.
- 17 September 2022, Pukul 09.00 – 17.00 WIB, Sesi pemberian materi tentang manfaat belanja *online* dengan *Marketplace* oleh tim pengabdian kepada masyarakat dengan disisipkan waktu istirahat pukul 12.00 – 13.00 WIB, lalu juga mitra diperkenalkan mengenai *Marketplace* sampai dengan penggunaannya. Luarannya meningkatkan pengetahuan peserta dan pemahaman terkait teknologi untuk memperluas transaksi jual beli pada *platform Marketplace* .
- 24 September 2022, Pukul 09.00 – 17.00 WIB, Sesi pemberian materi tentang Mencegah Penipuan Belanja *Online* oleh tim pengabdian kepada masyarakat dengan disisipkan waktu istirahat pukul 12.00 – 13.00 WIB. Luarannya meningkatkan pengetahuan tentang pengamanan dalam melakukan transaksi jual beli.
- 17 dan 24 September 2022, Pukul 17.00 – 18.00. sesi ini adalah sesi evaluasi kegiatan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dan doa penutup.

Hasil yang dicapai dari pengabdian masyarakat di lingkungan RT. 12 berdasarkan evaluasi tim membuat peserta lebih memahami kegunaan teknologi dalam meningkatkan kewaspadaan dalam

belanja *online*. Walaupun peserta lebih dominan yang mengikuti kaum hawa dan sudah banyak mengenal bahkan mahir dalam memanfaatkan teknologi menggunakan perangkat *smartphone* yang mereka miliki, bahkan di satu *smartphone* mempunyai lebih dari dua *platform Marketplace* hanya mereka mulai dapat mengetahui manfaat terbesar penggunaan aplikasi serta berhati-hati sebagai penunjang atau penentu keamanan mereka dalam bertransaksi *online*, selain itu warga dapat mendapat pengetahuan dan memahami fitur- fitur pada *platform Marketplace* .

Setiap akhir kegiatan tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Indraprasta melakukan evaluasi, hal ini dilakukan untuk menilai materi yang telah disampaikan berhasil diterima baik oleh peserta dan dapat mencegah atau mengurangi tindakan kriminal dalam transaksi *online*.

## PENUTUP

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan warga masyarakat RT. 12, RW.14 Kecamatan Cimanggis telah dilakukan dengan baik sesuai jadwal kegiatan yang sudah direncanakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat, sehingga dapat menyimpulkan : Antusias dengan jumlah 16 peserta dalam mengikuti kegiatan begitu besar keingintahuan dalam memahami *platform Marketplace* . Peserta dapat menggunakan fitur *platform Marketplace* secara maksimal, Peserta dapat merasa tingkat keamanan dalam transaksi belanja *onlinenya* lebih terjamin.

Beberapa simpulan yang telah dijabarkan, maka ada beberapa saran untuk menunjang kegiatan pengabdian kepada masyarakat lebih baik : Perlu adanya evaluasi secara intensif kepada peserta oleh tim pengabdian kepada masyarakat, menyiapkan balai pertemuan dengan ketentuan protokol kesehatan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersifat luring oleh mitra.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada mitra kegiatan, yaitu pimpinan dan warga RT. 12, RW. 14, Kelurahan Tugu, Kecamatan Cimanggis, Kota Depok. Serta pihak yang membantu atas suksesnya kegiatan Sosialisasi Pintar dalam Belanja *Online* di *Marketplace*

## DAFTAR PUSTAKA

- Ari Dermawan, Amalia, Wiwin Handoko (2022). Pencegahan Tindak Pidana Penipuan Jual Beli Barang Online. *Jurnal Bangun Abdimas*, 1(1), 13.  
<https://ejurnal.bangunharapanbangsa.com/index.php/abdimas/article/view/5/4>
- Artaya, I Putu dan Tubagus Purwotusmiadi. 2019. “Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk Bagi UMKM di Jawa Timur”. Retrived form  
[https://www.researchgate.net/publication/332523654\\_EFEKTIFITAS\\_MARKETPLACE\\_DALAM\\_MENINGKATKAN\\_KONSENTRASI\\_PEMASARAN\\_DAN\\_PENJUALAN\\_PRODUK\\_BAGI\\_UMKM\\_DI\\_JAWA\\_TIMUR](https://www.researchgate.net/publication/332523654_EFEKTIFITAS_MARKETPLACE_DALAM_MENINGKATKAN_KONSENTRASI_PEMASARAN_DAN_PENJUALAN_PRODUK_BAGI_UMKM_DI_JAWA_TIMUR)
- Awali, H. (2020) ‘Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19’, *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), pp. 1–14. doi: 10.35905/balanca.v2i1.1342.
- Opiida. (2014). *Pengertian E-Marketplace* . Retrieved from <https://tokohalista.wordpress.com> (28 Oktober 2019).
- Perdamaian, P. D. J., Puspita, A. and Frida, N. (2020) ‘Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia’, *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi dan Keuangan*, 2(2), pp. 84–94. doi: 10.52005/aktiva.v2i3.61
- Pramudita, B. A. et al. (2022) ‘Pemanfaatan *Marketplace* tokopedia untuk pengembangan usaha dalam meningkatkan perekonomian di tengah dampak pandemi covid-19’, *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(1), p. 80. doi: 10.33474/jipemas.v5i1.11694.
- Pratomo, A., Najwaini, E., Irawan, A., & Risa, M. (2019). *Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ukm Nida Sasirangan*. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 1(1), 35.  
<https://doi.org/10.31961/impact.v1i1.615>
- Suherman, E., & Hasanah, R. U. (2020). Analisis Pelatihan *Marketplace* bagi Pelaku Usaha Kue di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Jatiragas. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(1), 98–110.  
<https://doi.org/10.36805/manajemen.v6i1.1202>
- Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016. *Tentang Perubahan Atas Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik*
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. *tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*.