

---

## **PKM Pembelajaran Pengenalan *E-commerce* Di Kampung Pitara Kelurahan Pancoran Mas**

Rina Mayanti<sup>1\*</sup>, Hana Cintia Ayu Radita<sup>2</sup>, Sekar Ageng Pratiwi<sup>3</sup>, Irna Wati<sup>4</sup>, Sanusi Ibnu Zana<sup>5</sup>.

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

\* E-mail: Rinamayanti16@gmail.com

---

### **Abstrak**

#### **Sejarah Artikel**

Diterima : 30 Juli 2024

Disetujui : 10 Agustus 2024

Dipublikasikan : 15 Agustus 2024

---

**Kata kunci:** PKM, *E-commerce*, Pemasaran Digital, Kampung Pitara.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dasar tentang *e-commerce* kepada masyarakat Kampung Pitara, Kelurahan Pancoran Mas. Dalam era digital yang terus berkembang, *e-commerce* menjadi salah satu komponen penting dalam perekonomian modern. Namun, banyak masyarakat yang masih kurang memahami konsep dan manfaat *e-commerce*. Melalui program ini, peserta diajarkan cara memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk lokal secara online, mengelola toko online, serta strategi pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang *e-commerce*, serta kemampuan mereka dalam membuat dan mengelola toko online. Diharapkan, kegiatan ini dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Kampung Pitara dengan membuka akses pasar yang lebih luas melalui *e-commerce*.

---

### **Abstract**

**Keywords:** PKM, *E-commerce*, Digital Marketing, Kampung Pitara.

*The community service aims to provide basic understanding and skills about e-commerce to community in Pitara village, Pancoran Mas Subdistrict. In the growing digital age, e-commerce has become one of the key components of the modern economy. However, many people still lack an understanding of the concepts and benefits of e-commerce. This program taught participants how to use digital technology to market local products online, manage online stores, and implement digital marketing strategies. The methods used include lecture, interactive discussion, and hands-on practice. The results of this activity showed an improved participants' understanding of e-commerce, as well as their ability to create and manage online stores. These activities are expected to help enhance the economic well-being of Pitara residents by expanding greater market access through e-commerce.*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Salah satu inovasi terbesar yang muncul dari perkembangan teknologi ini adalah *electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* merujuk pada kegiatan jual beli yang dilakukan secara online melalui jaringan internet. Perubahan ini tidak hanya memudahkan konsumen dalam

bertransaksi, tetapi juga membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka. *E-commerce* mulai dikenal pada tahun 1994 dengan munculnya banner elektronik untuk promosi dan periklanan di *website*. Sejak saat itu, transaksi jual beli yang dulunya dilakukan secara konvensional mulai beralih ke *platform* digital. Menurut (Laudon, K. C., & Laudon, 2014) *e-commerce* adalah aplikasi dari teknologi informasi yang digunakan untuk melakukan transaksi bisnis secara elektronik. Selain itu, (Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, 2018) menjelaskan bahwa internet adalah jaringan global yang memungkinkan transaksi bisnis dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, tidak terbatas oleh waktu dan jarak.

Di era digital ini, pola konsumsi masyarakat telah banyak berubah. (Kotler, P., & Keller, 2016) menyatakan bahwa pola konsumsi masyarakat telah berubah signifikan, dengan banyak transaksi yang beralih dari tatap muka ke daring. Hal ini berdampak pada berbagai sektor ekonomi, termasuk di lingkungan masyarakat Kampung Pitara, Kelurahan Pancoran Mas, Depok. Masyarakat di Kampung Pitara, khususnya ibu-ibu PKK, masih memiliki keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan ekonomi mereka. Sebagian besar dari mereka masih melakukan pemasaran produk secara konvensional, dan hanya sedikit yang menggunakan platform digital seperti *e-commerce*. Padahal, pemanfaatan *e-commerce* dapat membuka peluang yang lebih besar untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Menurut (Zhang, Y., Zhao, J., & Zhou, 2018), *platform e-commerce* memungkinkan penjual untuk menjangkau konsumen lebih luas dan efisien. Namun, (Singh, M., & Jain, 2013) menyatakan bahwa salah satu tantangan besar dalam *e-commerce* adalah risiko *cybercrime*, termasuk penipuan yang dilakukan melalui internet. (Stair, R. M., Reynolds, G. W., Hulbert, J. W., Calhoun, J., & Shipp, 2012) mengemukakan bahwa keunggulan *e-commerce* meliputi kemudahan akses, efisiensi biaya, dan kemampuan untuk menjangkau pasar global.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, edukasi mengenai pemanfaatan *e-commerce* perlu diberikan kepada masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK di Kampung Pitara. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang teknologi digital, mereka dapat meningkatkan penjualan produk dan mengurangi risiko yang dihadapi dalam transaksi online. PKM Pembelajaran Pengenalan *E-commerce* di Kampung Pitara Kelurahan Pancoran Mas bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada ibu-ibu PKK dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk kegiatan ekonomi mereka. Program ini diharapkan dapat membantu mereka dalam memasarkan produk secara digital, memahami risiko dan keunggulan *e-commerce*, serta meningkatkan perekonomian keluarga.

Manfaat dari program ini antara lain peningkatan keterampilan digital, peningkatan pemasaran produk, dan pengurangan risiko *cybercrime*. Ibu-ibu PKK akan mendapatkan keterampilan dalam menggunakan *platform e-commerce* seperti Tik Tok dan aplikasi pendukung lainnya seperti Cap Cut. Dengan pemanfaatan *e-commerce*, produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu PKK dapat dipasarkan secara lebih luas dan efisien. Edukasi mengenai risiko *cybercrime* akan membantu ibu-ibu PKK untuk lebih waspada dan mampu menghindari penipuan dalam transaksi

online. (Christensen, 2020) menyatakan bahwa inovasi disruptif, seperti digitalisasi transaksi, mengubah cara tradisional bisnis dilakukan, membawa efisiensi dan kecepatan dalam bertransaksi. (McAfee, A., & Brynjolfsson, 2012) menjelaskan bahwa era big data memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap perilaku konsumen dan tren pasar.

Program ini akan dilaksanakan melalui beberapa tahap, yaitu sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pengenalan tentang *e-commerce* dan *platform* yang akan digunakan menjadi langkah awal, dilanjutkan dengan pelatihan kepada ibu-ibu PKK tentang cara menggunakan *platform e-commerce* seperti Tik Tok dan aplikasi pendukung lainnya. Pendampingan diberikan untuk mempraktikkan pengetahuan yang telah diperoleh, mulai dari mengunduh aplikasi, membuat video promosi, hingga bertransaksi *online*. Evaluasi dilakukan untuk menilai hasil yang telah dicapai dan memberikan umpan balik untuk perbaikan di masa mendatang. (Schwab, 2017) menyebutkan bahwa Industri 4.0 ditandai dengan konvergensi teknologi digital, fisik, dan biologis yang mempengaruhi berbagai sektor, termasuk perdagangan. (Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, 2019) mendefinisikan pemasaran digital sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran.

Target luaran dari program ini antara lain materi pembelajaran mengenai pengenalan *platform e-commerce* dan aplikasi pendukungnya, publikasi ilmiah yang mempublikasikan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, serta peningkatan omset penjualan produk ibu-ibu PKK melalui pemanfaatan *e-commerce*. (Buttle, 2015) menyatakan bahwa CRM dalam *e-commerce* adalah strategi untuk mengelola hubungan dengan pelanggan secara efisien untuk meningkatkan loyalitas dan retensi. (Garrett, 2011) mengemukakan bahwa UX dalam *e-commerce* mencakup keseluruhan pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan *platform digital*, yang mempengaruhi kepuasan dan keputusan pembelian.

Pengenalan dan pemanfaatan *e-commerce* di Kampung Pitara, Kelurahan Pancoran Mas, merupakan langkah strategis untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Melalui program ini, ibu-ibu PKK akan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital untuk kegiatan ekonomi mereka. Dengan demikian, diharapkan mereka dapat lebih kompetitif dalam menghadapi tantangan di era digital dan mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Program ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi komunitas lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan ekonomi. Dengan dukungan dari berbagai pihak, program ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode presentasi, diskusi, atau kombinasi antara metode tersebut melalui tatap muka langsung. Pelaksanaan kegiatan dengan tatap muka langsung.

Kemudian untuk memperdalam materi diberikan contoh dan dibuka kesempatan untuk tanya jawab bagi peserta pengabdian. Penerapan IPTEK digunakan sebagai solusi dari permasalahan pengamanan lingkungan menggunakan media Tik Tok Shop, IPTEK di kegiatan ini menggunakan aplikasi Android yang telah diinstal sesuai merk Tik-Tok yang terhubung dengan Tokopedia dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini kami lakukan Bersama tim dengan fokus materi pelatihan yang kami sampaikan pada ibu-ibu PKK yaitu menggunakan *platform* Tik Tok dan aplikasi Cap Cut melalui laptop ataupun *handphone* android yang digunakan masing-masing ibu PKK dan jaringan internet.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan bagaimana *handphone* android/Iphone yang merupakan salah satu teknologi digital sehari-hari dapat digunakan oleh ibu-ibu PKK untuk mencari rezeki, menambah perekonomian keluarga dapat dilakukan tanpa batas ruang dan waktu, dengan memanfaatkan kelebihan teknologi digital dalam pemasaran produk secara *online*.

Pelaksanaan pelatihan tersebut dilakukan pada bulan Juni 2024 didukung oleh mitra yaitu ibu-ibu PKK kampung Pitara kelurahan Pancoran Mas.



**Gambar 1.** Foto Bersama dengan mitra

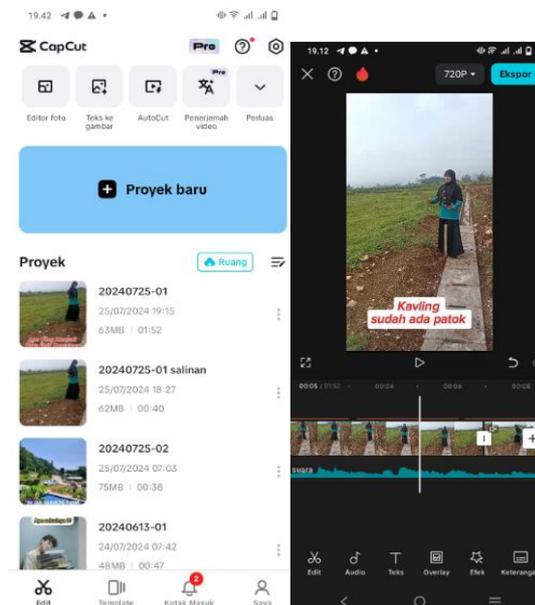
Pemaparan materi tentang pemanfaatan *platform* Tik Tok dan aplikasi Cap Cut. Dari aplikasi Cap Cut yang ada di dalam android dapat digunakan untuk membuat video-video menarik sehingga bisa dihasilkan suatu konten yang dapat disesuaikan dengan produk yang dipasarkan, untuk selanjutnya dapat diiklankan di *platform* Tik Tok. Pemberian materi ini melalui *workshop* yang

menampilkan produk video properti yang sudah diiklankan di Tik Tok sambil menjelaskan pemanfaatan beberapa fitur yang digunakan di Tik Tok maupun di Cap Cut.

Langkah membuat video di aplikasi Cap Cut:

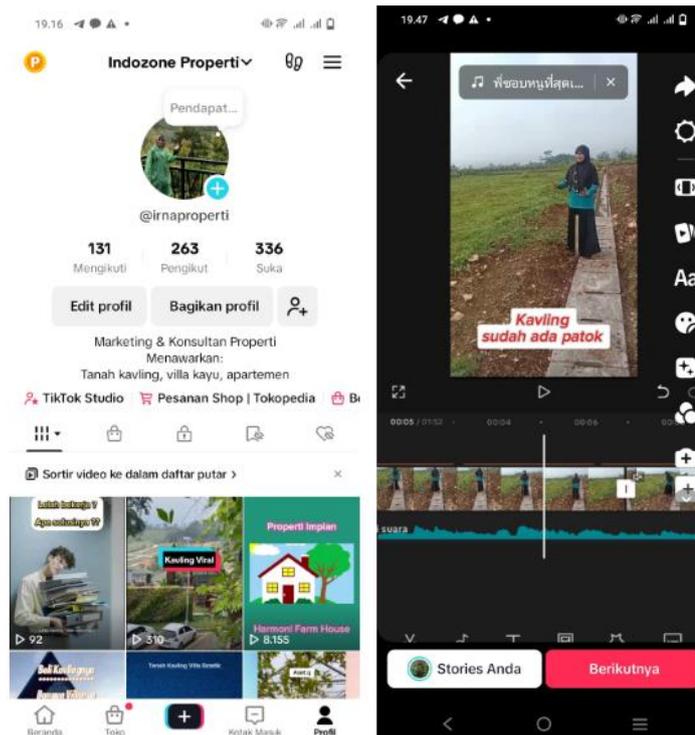
1. Buka aplikasi Cap Cut dari hp
2. Pastikan sudah berada di halaman Edit dengan cara cek di bagian bawah *layer*
3. Klik 'New project'
4. Pilih video dan foto yang ingi dimasukkan ke dalam video editanmu
5. Klik 'Add'
6. Edit video tersebut dengan fitur-fitur yang ada

Gambar di bawah ini merupakan tampilan cap cut dengan beberap fitur-fitur yang dimiliki aplikasi ini untuk mengedit video yang sudah ada di *gallery* hp.



**Gambar 2.** Fitur-fitur menarik yang ada dalam aplikasi Cap Cut

Untuk *layer* Tik Tok di bawah ini ada beberapa video yang bisa dipromosikan untuk mendapatkan banyak *followers*.



**Gambar 3.** Simulasi memasang iklan di Tik Tok

1. Simulasi upload video Tik Tok di aplikasi Tik Tok
  1. Buka aplikasi Tik Tok dan masuk ke akun yang sudah dibuat
  2. Klik ikon (+) di tengah untuk mengupload atau merekam video yang sudah dibuat
  3. Bisa menambahkan fitur seperti *filter*, *sound*, dan *input text* pada video yang sudah dibuat
  4. Tambah caption, hastags pada kolom yang sudah ada
  5. Setelah itu gulir ke bawah dan pilih opsi “*More options*”
  6. Pilih “*Allow high quality uploads*” dan aktifkan dengan menggeser atau menekan hingga berwarna hijau dan selesai
  
2. Workshop bersama mitra dan dibantu tim

Peserta mencoba untuk melihat fitur apa saja yang dapat digunakan untuk mengupload video, dan trik-trik apa saja yang bisa digunakan didampingi oleh tim.



**Gambar 4.** Praktek Bersama mitra dan di bantu TIM

Pada saat pelatihan Pengenalan *E-commerce* di Kampung Pitara, Kelurahan Pancoran Mas, kondisi warga umumnya menunjukkan keterbatasan dalam hal pengetahuan dan pengalaman mengenai teknologi digital dan *e-commerce*. Sebagian besar peserta adalah individu dengan latar belakang ekonomi yang menengah ke bawah dan memiliki sedikit atau bahkan tidak ada akses yang memadai terhadap pelatihan teknologi sebelumnya.

Kondisi tersebut mempengaruhi kemampuan mereka dalam memahami konsep *e-commerce* secara mendalam. Oleh karena itu, pelatihan dirancang untuk memperkenalkan konsep dasar *e-commerce* dengan pendekatan yang sederhana dan mudah dipahami, meliputi penggunaan platform online untuk berjualan, pemasaran digital, dan manajemen transaksi.

Antusiasme warga terhadap pelatihan *e-commerce* cukup tinggi. Meskipun banyak dari mereka yang belum familiar dengan teknologi digital, mereka menunjukkan minat yang besar untuk belajar dan memanfaatkan *e-commerce* sebagai alat untuk meningkatkan pendapatan mereka. Beberapa faktor yang mendukung antusiasme ini meliputi:

1. Harapan untuk peningkatan ekonomi, warga melihat *e-commerce* sebagai peluang untuk memperluas pasar produk mereka dan meningkatkan pendapatan.
2. Kemudahan akses, materi pelatihan disajikan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, serta disertai dengan sesi praktik langsung, membuat peserta lebih mudah menangkap informasi.
3. Dukungan sosial, kehadiran fasilitator yang ramah dan dukungan dari sesama peserta memperkuat semangat belajar.

Respon mitra pelatihan, termasuk pihak-pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan pelatihan, sangat positif. Mitra seperti lembaga pemerintah, organisasi non-pemerintah (NGO), dan pelaku industri *e-commerce* berkomitmen untuk mendukung pelatihan ini dengan menyediakan sumber daya, pengetahuan, dan fasilitas yang diperlukan. Beberapa respons dari mitra antara lain:

1. Komitmen untuk keberlanjutan, mitra menunjukkan keinginan untuk melanjutkan dukungan dalam bentuk pelatihan lanjutan dan konsultasi untuk memastikan keberhasilan penerapan *e-commerce* di kalangan warga.
2. Feedback positif, mitra memberikan umpan balik yang konstruktif mengenai kurikulum pelatihan dan implementasinya, serta menyarankan perbaikan untuk meningkatkan efektivitas program di masa mendatang.
3. Kolaborasi dan dukungan, mereka aktif terlibat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan, serta menyediakan bahan ajar dan alat yang diperlukan untuk mendukung pelatihan.

Secara keseluruhan, pelatihan Pengenalan *E-commerce* di Kampung Pitara mendapatkan tanggapan positif dari warga dan mitra. Ini menunjukkan bahwa program ini memiliki potensi untuk memberikan dampak signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi lokal melalui pemanfaatan teknologi *e-commerce*.



Gambar 5. Contoh iklan produk di platform Tik Tok

Demikian materi yang diberikan pada PKM semester ini yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan sesuai dengan kebutuhan mitra saat ini.

## PENUTUP

### A. Simpulan

Dari penjelasan diatas dapat kami simpulkan bahwa kegiatan ini menjadi wadah ibu-ibu PKK dalam meningkatkan ketrampilan digital untuk memasarkan produk mereka secara efektif, dengan mengetahui bagaimana membuat konten yang menarik dengan menggunakan Cap Cut dan memanfaatkan *platform* Tik Tok untuk menjangkau audiens yang luas. Di samping itu, pelatihan ini menjadi pemberdayaan ekonomi karena dengan pemahaman yang lebih baik tentang pemasaran digital, ibu-ibu PKK dapat meningkatkan penjualan produk mereka, dengan harapan dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi keluarga mereka.

Kami pun berharap ibu-ibu PKK dapat berpikir kreatif dan inovatif dalam mempromosikan produk mereka. Dengan menggunakan *trend* dan fitur-fitur terbaru di Tik Tok, ibu-ibu PKK dapat menarik perhatian lebih banyak konsumen. Jika ibu-ibu PKK dapat memanfaatkan ketrampilan digital saat ini, mereka dapat menjadi lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi dan media sosial untuk bisnis. Pelatihan ini dapat memberikan asupan pengetahuan bagaimana dapat bersaing dipasar digital, yang tentunya dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam menjalankan usaha.

### B. Saran

Penulis mengajukan beberapa saran sebagai manfaat dari kegiatan pelatihan. Pertama, adanya lanjutan pelatihan dan pendampingan. Hal ini untuk memastikan ibu-ibu PKK dapat memanfaatkan pengetahuan yang diperoleh secara maksimal, sebaiknya diadakan sesi lanjutan dan pendampingan, bisa berupa konsultasi ataupun tanya jawab dari permasalahan yang ditemukan. Kedua, terciptanya komunitas belajar yaitu membentuk kelompok belajar atau komunitas *online*, sehingga ibu-ibu PKK dapat saling berbagi pengalaman, tips dan trik dalam menggunakan Cap Cut dan Tik Tok. Terakhir, penerapan strategi pemasaran, secara tidak langsung kami memberikan saran strategi pemasaran lebih lanjut, seperti cara membangun *brand awareness*, berinteraksi dengan audiens dan mengukur keberhasilan kampanye pemasaran agar menjadi lebih profesional dalam usahanya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Seluruh tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Universitas Indraprasta PGRI atas dukungan yang telah diberikan, serta tak lupa kepada seluruh anggota PKK kelurahan Pancoran Mas Depok yang berkenan menjadi mitra kegiatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buttle, F. (2015). *Customer Relationship Management* (3rd ed.). Amsterdam: Elsevier Publishing.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Harlow, Essex, Inggris.: Pearson UK.
- Christensen, C. M. (2020). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Boston, Massachusetts, USA.: Harvard Business School Press.
- Garrett, B. L. (2011). *Convicting the Innocent: Where Criminal Prosecutions Go Wrong*. Cambridge, Massachusetts, USA.: Harvard University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12.). Jakarta, Indonesia.: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital* (Edisi 13). Jakarta, Indonesia.: Salemba Empat.
- McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2012). Big Data: The Management Revolution. Harvard Business Review. Retrieved from <https://hbr.org/2012/10/big-data-the-management-revolution>
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. New York, USA.: Crown Publishing Group.
- Singh, M., & Jain, P. (2013). Working Process of Time Management in SAP HR Module. *International Journal of Management Research and Reviews*, 3(1).
- Stair, R. M., Reynolds, G. W., Hulbert, J. W., Calhoun, J., & Shipp, L. (2012). *Principles of Information Systems* (10th ed). Boston, Massachusetts, USA.: Cengage Learning.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Cham, Switzerland.: Springer Cham.
- Zhang, Y., Zhao, J., & Zhou, L. (2018). The Impact of E-Commerce on Supply Chain Management. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 11(1), 29–51.