

Pelatihan Komunikasi Pemasaran E-Commerce Melalui Aplikasi Layanan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Di Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistika Kota Cirebon



Farida Nurfalih^{*1}, Otto Fajarianto², Rifka Noviani Santika³

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Swadaya Gunung Jati, Cirebon, Indonesia

³Program Studi Teknologi Pendidikan, Universitas Negeri Malang, Indonesia

faridanurfalih4@gmail.com^{*1}, otto.fajarianto.fip@um.ac.id², rifkanoviani@gmail.com³

Submission : 2022-11-30

Review : 2022-12-15

Publication : 2023-01-22

ABSTRAK

Suatu bisnis dengan model fasilitas berbasis digital, sebaiknya dimiliki para wirausahawan dan yang berbasis komunitas mengembangkan inovasi sosial dapat memecahkan suatu masalah lingkungan dengan memanfaatkan karakter lokasi, serta dapat berkontribusi untuk menghasilkan suatu produk maupun layanan dalam suatu jaringan untuk mendapatkan ide serta pengembangan produk dan jasa layanan, bahkan ikut serta mendapatkan dukungan dari masyarakat yang lebih luas. Hal tersebut tentunya berkontribusi kepada layanan publik dengan menggabungkan konsep kewirausahaan sosial dengan pengelolaan lokasi untuk memahami pesan media yang dibentuk, penggunaan sarana, tujuan, karakteristik serta konvensi yang menguji bagaimana para wirausahawan menafsirkan pesan secara berbeda, maka diperlukan pelatihan dan terprogramkan pula di Universitas Swadaya Gunung Jati sebagai dunia pendidikan dan di Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistika Kota Cirebon yang memiliki binaan dan program layanan publik berupa aplikasi maupun yang konvensional seperti fasilitas ruangan *coworking space*. Fasilitas layanan sudah lengkap, pemahaman dalam menggunakan fasilitas Marketplace juga sudah cukup paham, sangat membantu penggunaannya di era pasar bebas. Pemahaman pengelolaan administrasi usaha dalam keuangan, setelah adanya kegiatan sosialisasi yang sudah dilakukan menjadi mengerti dan paham untuk lebih lanjut lagi, membantu pemahaman dalam era digital, semakin simple dalam metode laporan keuangan, dapat memudahkan dalam total dan rekapan pendapatan dan pengeluaran penjualan produk UMKM.

Kata Kunci: *komunikasi pemasaran, e-commerce, koperasi, usaha kecil, usaha menengah*

PENDAHULUAN

Suatu bisnis dengan model dalam pengelolaan fasilitas layanan yang berbasis digital, sebaiknya dimiliki para wirausahawan. Hasil observasi menjelaskan bahwa model bisnis dengan berbasis kewirausahaan sosial dengan berbasis komunitas dalam beberapa prinsip, salah satunya dengan mengembangkan inovasi sosial yang berusaha dalam pemecahan masalah lingkungan yang memanfaatkan karakter lokasi untuk menghasilkan suatu produk dan layanan baru, serta dengan memanfaatkan suatu jaringan untuk mendapatkan ide serta membangun produk dan jasa layanan, bahkan

dapat mendorong adanya keterlibatan untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat yang lebih luas.

Hal tersebut tentunya memiliki peran pada teori layanan publik melalui penggabungan konsep kewirausahaan sosial dan teori pengelolaan lokasi untuk memahami bagaimana dibentuknya pesan pada media, untuk apa tujuannya dan bagaimana menggunakan sarana, karakteristik serta konvensi yang menguji wirausahawan dalam menafsirkan pesan yang berbeda, nilai-nilai serta sudut pandang yang tercakup maupun tidak serta bagaimana media dapat mempengaruhi keyakinan maupun perilaku dalam mengolah pemahaman mengenai persoalan etis, hukum penggunaan akses maupun penggunaan informasinya.

Keterkaitan antara konsep kewirausahaan sosial berbasis komunitas dengan konsep pengelolaan wilayah dapat menghasilkan konsep-konsep baru bagi pengelolaan aset, infrastruktur, dan fasilitas ternyata berkontribusi terhadap model identifikasi bisnis bagi pengelolaan wilayah dengan mengidentifikasi peranan keinginan untuk mengembangkan wilayah dengan pengembangan ekonomi yang menentukan bagaimana sebuah bisnis dapat berkontribusi dalam pengelolaan wilayah. (Porter, et al., 2017).

Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik menciptakan kondisi yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menyediakan *Co Working Space* sehingga dapat dimanfaatkan untuk kegiatan KUMKM *go online* dengan aplikasi layanan koperasi, usaha kecil, dan menengah yang meyakini bahwa kewirausahaan sosial hadir dengan tujuan untuk membantu memecahkan masalah sosial dengan membuat masyarakat lebih percaya diri menjadi seorang wirausaha yang memiliki kontribusi dalam tata kelola proses inovasi hingga proses pengambilan keputusan yang memberikan peluang lembaga usaha berbasis masyarakat dapat menjadi agen perubahan sosial. Aksi kolektif masyarakat dengan memanfaatkan modal sosial yang mereka punya untuk mendapatkan akses pasar tersebut.

Namun demikian, upaya yang dilakukan Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik selama program berjalan, belum semua kalangan masyarakat Cirebon mengetahui dan memanfaatkan fasilitas tersebut. Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik memiliki *Co Working Space* dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk kegiatan diskusi, workshop dan lain-lain, sehingga kegiatan Pelatihan KUMKM *go online* pada pelatihan komunikasi pemasaran *e-commerce* melalui aplikasi layanan bagi koperasi, usaha kecil dan menengah sebagai binaan Dkis dapat dilaksanakan di Dinas yang merupakan salah satu program Dinas juga yang belum banyak masyarakat mengetahuinya dan memanfaatkannya. Hasil penelitian terdahulu dijelaskan bahwa dengan adanya rancangan aplikasi e-crm diharapkan dapat memberikan layanan terbaik bagi konsumen dalam hal memberikan berita maupun informasi yang terhubung dengan pengusaha. (Ekadiansyah, Evri dan Kurniawan, Harris., 2015 : 6).

Selain itu program pengabdian pada masyarakat dilakukan melalui pendekatan yang partisipatif dengan menerapkan empat metode seperti metode pelatihan, pendidikan, substitusi dan difusi IPTEKS. Metode pendekatan dengan menggunakan teori dan praktek yang meliputi pendampingan pengetahuan TIK yaitu untuk meningkatnya kemampuan merancang, membuat dan menerapkan kemasan produk maupun e-

commerce sebagai instrumen pemasaran dan penjualan secara *online*. (Sugianto Nanang., dan Utama, Ferzha Putra., 2021 : 4)

Melalui program pengabdian pada masyarakat yang diprogramkan berharap dapat lebih menyentuh semua aspek masyarakat, sehingga Universitas Swadaya Gunung Jati dan Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik dapat mengembangkan potensi yang ada sebagai upaya meningkatkan tarap hidup bangsa khususnya bagi masyarakat kota Cirebon. Dengan demikian, 1. Bagaimana pemanfaatan fasilitas layanan digital dalam bentuk *e-commerce* yang dilaksanakan oleh koperasi, usaha kecil menengah ?. 2. Bagaimana pemahaman pengelolaan administrasi usaha dalam keuangan sampai menghasilkan laporan keuangan bagi Koperasi Usaha Kecil dan Menengah ?.

METODE

Pengelolaan fasilitas digital sebagai model bisnis kewirausahaan yang berbasis komunitas untuk pengembangan inovasi sosial sebagai upaya untuk pemecahan masalah lingkungan dengan memanfaatkan karakter lokasi yang menghasilkan produk dan layanan baru, serta memanfaatkan jaringan, bahkan mendorong keterlibatan untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat yang lebih luas.

Hal tersebut berkontribusi pada teori layanan publik dengan menggabungkan konsep kewirausahaan sosial dan teori pengelolaan lokasi untuk memahami bagaimana pesan media dibentuk, untuk tujuan apa dan menggunakan sarana, karakteristik serta konvensi yang menguji bagaimana para wirausahawan menafsirkan pesan secara berbeda.

Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik menciptakan kondisi yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menyediakan *Coworking Space* sehingga dapat dimanfaatkan untuk kegiatan KUMKM *go online* dengan aplikasi layanan koperasi, usaha kecil, dan menengah sebagai binaan Dkis yang meyakini bahwa kewirausahaan sosial hadir untuk membantu memecahkan masalah sosial dengan membuat masyarakat lebih percaya diri untuk menjadi seorang wirausaha yang berkontribusi dalam tata kelola proses inovasi.

Adapun kegiatan yang dilakukan dengan ceramah, praktik, simulasi dan tanya jawab dengan tema meliputi :

1. Penyuluhan
Metode penyampaian materi yang bersifat umum dan teoritis tentang komunikasi pemasaran dengan berbasis e-commerce.
2. Pelatihan *e-commerce* melalui layanan pemanfaatan fasilitas digital usaha bagi koperasi usaha kecil dan menengah.
3. Pengelolaan administrasi keuangan sampai menghasilkan laporan keuangan KUKM

Dengan demikian setelah melakukan ceramah dan membahasnya diteruskan dengan melakukan pengenalan, evaluasi dan praktek yang meliputi : pengenalan istilah, hal-hal yang harus diperhatikan tentang pemahaman dan penggunaan aplikasi sebelumnya dengan mengevaluasinya pengetahuan dan pelaksanaannya. Koperasi, Usaha kecil dan menengah sebagai peserta atau penerima pesan kegiatan pelatihan tersebut diharapkan mereka mendapatkan gambaran dan menerapkannya dalam keseharian

sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka. Setelah itu melakukan wawancara kepada mereka setelah dilakukan pelatihan dan tentunya ada publikasi pada saat kegiatan mau pun setelah kegiatan.

Monitoring dilakukan sebelum judul pengabdian dilaksanakan, pada saat akan dilaksanakan, maupun pada saat kegiatan berlangsung. Evaluasi dilaksanakan setelah kegiatan dilaksanakan sesuai jadwal. Adapun kriteria evaluasi adalah mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif dari peserta pelatihan, sehingga terjadinya perubahan secara positif dari ketiga aspek yaitu kognitif, afektif, maupun konatif peserta pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan “Pelatihan Komunikasi Pemasaran *E-Commerce* Melalui Aplikasi Layanan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Di Dinas Komunikasi, Informatika Dan Statistika Kota Cirebon”, Penulis berhasil melakukan wawancara dengan beberapa Narasumber diantaranya Masyarakat dan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan Kepemilikan UKM seperti Cemilan Pedas Membara (Cemara Food), *Online shop*, ada pula yang belum memiliki usaha. Lama keanggotaan koperasi ada yang belum daftar, ada yang baru satu tahun sampai dengan empat tahun di Duta Koperasi Insan Sejahtera dan Bina Sejahtera juga.

Pemanfaatan Fasilitas Layanan Digital dalam Bentuk *e-commerce* yang Dilaksanakan oleh Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah

Fasilitas layanan Kelengkapan Sistem Informasi Koperasi Duta Koperasi Insan Sejahtera sudah lengkap, dapat menjadi contoh untuk yang lain, dan sangat bermanfaat. Semuanya terlihat cukup memadai, simpan pinjam, pembayaran, cek dashboard, dan rekapan bagi Koperasi, sehingga pelayanannya sangat membantu. Fasilitas dapat dimanfaatkan dengan baik karena menurut Pengguna sudah lengkap, hanya saja harapannya dapat menambahkan aplikasi *e-commerce* dengan fitur COD serta dapat terintegrasi dengan pembayaran *online* atau *virtual account* sehingga dapat lebih lengkap dan digunakan lebih maksimal, selain dapat meminjam uang atau menabung di koperasi melalui registrasi dalam aplikasi tersebut. Saat ini, fasilitas *e-commerce* tidak hanya memberikan kemudahan akses (Irmawati, 2011) penjual dan pembeli di dalam negeri tetapi juga mencakup perdagangan internasional (Sugiyanto dkk, 2017; Wibawa dan Fahrizal, 2019).

Hal tersebut dikarenakan dengan sistem *e-commerce*, transaksi jual beli dapat dilakukan di manapun, dari manapun, dan kapanpun (Pitriyani dan Kasmi, 2019). Berdasarkan prinsip *e-commerce*, penerapan *e-commerce* diyakini dapat menjadi salah satu solusi terhadap persoalan pemasaran yang dialami oleh mitra. Setidaknya, penerapan *e-commerce* dapat meningkatkan layanan konsumen dan citra produk menjadi baik, menemukan *partner* bisnis baru, proses menjadi sederhana dan waktu dapat dipadatkan, dapat meningkatkan produktivitas, akses informasi menjadi cepat, penggunaan kertas dapat diminimalkan, biaya transportasi berkurang dan fleksibilitas bertambah.

Pendapat dari Peserta lainnya bahwa pemahaman dalam pengelolaan administrasi usaha setelah adanya sosialisasi tentang Aplikasi Sistem Informasi Koperasi Duta Koperasi Insan Sejahtera, menjadi lebih selektif dan dapat mengelola keuangan untuk lebih baik serta lebih transparan lagi, meskipun ada juga yang belum mengikuti keanggotaan koperasi dan belum pernah mendapatkan sosialisasi secara keseluruhan.

Pemahaman dalam menggunakan fasilitas *Marketplace* juga sudah cukup paham, sangat membantu penggunaannya di era pasar bebas. Penggunaan *marketplace* dapat memudahkan pendiri UMKM memasarkan produknya, lebih memudahkan dalam berbelanja online membantu dalam penggunaan di era digital dalam kegiatan sehari-hari. Mereka menggunakan *Marketplace* seperti *Shopee* dan *Tokopedia*, *Lazada*, *Facebook*, *Instagram* *WhatsApp*, *Website*, *Whatsapp Story*, *IG Story* melalui pembukaan tempat makan di teman dekat. Mereka beralasan menggunakan media tersebut karena produknya, Brand Ambasadornya, dan ada gamesnya, serta ada gratis ongkir. Hal tersebut juga dinilai masyarakat menandakan strategi marketing yang tidak membuat bosan dan menyenangkan. Cukup menarik yang membuat mereka merasa ingin mencoba membuat *marketplace* sendiri. Selain di *Marketplace* mereka juga memasarkan di Pasar Modern dan Pasar tradisional tentunya. Adapun produk yang dipasarkan mereka di *Marketplace* maupun lainnya untuk kebutuhan primer dan sekunder, berupa produk Olahraga, alat rumah tangga, Merchandise korea, *Accesoris Handphone*, *Makeup*, *Fashion*, *Frozen food*, Pewangi, makanan ringan, produk herbal seperti *Spirulina* dan Madu, serta ada juga yang belum menggunakan *e-commerce* dan baru mau memulainya.

Mendapatkan pemahaman pengelolaan administrasi usaha dalam keuangan sampai menghasilkan laporan keuangan pada Koperasi Usaha Kecil dan Menengah

Pemahaman dalam menghasilkan laporan keuangan setelah adanya kegiatan sosialisasi yang sudah dilakukan menjadi mengerti dan paham untuk lebih lanjut lagi, dapat dipahami dan membantu dalam era digital, semakin *simple* dalam metode laporan keuangan, dapat memudahkan dalam total dan rekapan pendapatan dan pengeluaran penjualan produk UMKM, akan tetapi masih ada juga yang belum mengetahuinya karena belum mendapatkan sosialisasi secara keseluruhan. Pendapat dari Peserta lainnya bahwa pemahaman dalam pengelolaan administrasi usaha setelah adanya sosialisasi tentang aplikasi Sistem Informasi Koperasi Duta Koperasi Insan Sejahtera, menjadi lebih selektif dan dapat mengelola keuangan untuk lebih baik serta lebih transparan lagi.

Pemanfaatan *e-commerce* memberikan kemudahan kepada mitra UKM untuk melakukan pemasaran, mengorganisir pesanan konsumen dan melakukan transaksi secara efektif (Rahman dan Ramdani, 2016 ; Yulistia, 2017). *E-commerce* merupakan suatu proses membeli dan menjual produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital (Pitriyani dan Kasmi, 2019). Selain memberikan kemudahan, pemasaran produk mitra melalui *e-commerce* memiliki nilai informatif, persuasif (meyakinkan), *intention* (memiliki daya tarik) yang tinggi (Utami dan Aini, 2019), operasi yang lebih cepat dan lebih baik (Nasrullah dkk, 2017). Penggunaan *e-commerce* dapat membangun faktor trust baik pemasok maupun pelanggan (Disa, 2011). Pemanfaatan teknologi *e-commerce* juga berperan untuk memenuhi dan peningkatan strategi pemasaran produk (Wibawa dan Fahrizal, 2019) yang dapat berdampak pada pengurangan biaya operasional ((Maulana dkk, 2015) dan peningkatan pendapatan (Mumtahana dkk, 2017).

KESIMPULAN

Fasilitas layanan kelengkapan Sistem Informasi Koperasi Duta Koperasi Insan Sejahtera sudah lengkap, dapat menjadi contoh untuk yang lain, dan sangat bermanfaat. Pemahaman dalam menggunakan fasilitas *Marketplace* juga sudah cukup paham, sangat membantu penggunaannya di era pasar bebas. Selain di *Marketplace* juga memasarkan di Pasar Modern dan Pasar tradisional tentunya. Adapun produk yang dipasarkan mereka di *Marketplace* maupun lainnya untuk kebutuhan primer dan sekunder, berupa produk Olahraga, alat rumah tangga, *Merchandise korea*, *Accesoris Handphone*, *Make up*, *Fashion*, *Frozen food*, Pewangi, makanan ringan, produk herbal seperti Spirulina dan Madu, serta ada juga yang belum menggunakan *e-commerce* dan baru mau memulainya.

Pemahaman dalam menghasilkan laporan keuangan setelah adanya kegiatan sosialisasi yang sudah dilakukan menjadi mengerti dan paham untuk lebih lanjut lagi, dapat dipahami dan membantu dalam era digital, semakin simple dalam metode laporan keuangan, dapat memudahkan dalam total dan rekapan pendapatan dan pengeluaran penjualan produk UMKM, akan tetapi masih ada juga yang belum mengetahuinya karena belum mendapatkan sosialisasi secara keseluruhan.

REFERENSI

- Disa, S. (2011). *E-Commerce Sebagai Solusi Pemasaran Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. *Inspiration : Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(2), 1-13.
- Ekadiansyah, Evri dan Kurniawan, Harris., (2015)., *Perancangan e-Commerce (Customer Relationship Management) Pada PT. Sonya Fm MedaNSeminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia.*, Yogyakarta : STMIK AMIKOM Yogyakarta, 6-8 Februari 2015
- Irmawati, D. (2011). *Pemanfaatan E-Commerce dalam Dunia Bisnis.*, *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, Edisi Ke-VI, 95-112.
- Maulana, S. M, Susilo H, Riyadi., (2015)., *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang).*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 1-9.
- Mumtahana, H. A, Nita. S, dan Tito. A. W. (2017)., *Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran.* *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(7): 6-15.
- Nasrullah. D, Hidayatullah. A, dan WP. Satria, U. (2017). *Pendampingan E-Commerce dan Pendidikan di Cerme Kecamatan Ngimbang Lamongan.* *Aksiologi* : *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(1), 11 – 17.
- Sugianto Nanang., dan Utama, Ferzha Putra., 2021., *E-Commerce Untuk Optimalisasi Pemasaran Produk Di Era Digital Bagi Usaha Mikro Kelompok Tani Pangestu Rakyat Desa Barumanis Kabupaten Rejang Lebong.*, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(1)., Hal 14 - 20
- Sugiyanto, Karima. A, Yoganati, A. F. (2017). *Peningkatan Ketrampilan Pembuatan Desain Kemasan serta Pemanfaatan Media Promosi dan Pemasaran Online Pada Kube Ash-Shidiqqy dan Pik Abdussalam Jepara.* *Techno.COM*, 16(1), 9-16.
- Sutanto, F. A, Supriyanto. A, Purwatiningtyas. (2015). *Penerapan E-Commerce Berbasis CMS dan SEO untuk Toko On-Line UMKM.* *Jurnal Abdimas*, 19(2), 91-100.
- Utami, S. S dan Aini, S. (2019). *Pemanfaatan E-Commerce dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Handycraft Mama Art Deco.* *Intervensi Komunitas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 21-33.

- Rahman., A. N dan Ramdani, C. M. S. (2016). *IbM Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Global Untuk Peningkatan Penjualan Produk Kelom Geulis (Studi Kasus: UKM kelom geulis Tamansari Tasikmalaya).*, Jurnal Siliwangi: Seri Pengabdian Pada Masyarakat, 2(1), 64-68.
Renstra Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik 2018-2023
- Pitriyani dan Kasmi. (2019). *Pengembangan Aplikasi E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk Umkm Di Kabupaten Pringsewu.* Prosiding Konferensi Mahasiswa Sistem Informasi. 5(1), 425-433.
- Wibawa, M. B, dan Fahrizal. (2019). *Pelatihan E-Commerce Bagi UMKM Aceh E-Commerce Training for Aceh SMES.* Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UII, 1(2), 6-9
- Yulistia. (2017). *Analisis Pengaruh Efektivitas Dan Manfaat E-Commerce Terhadap Sikap dan Perilaku Pengguna dengan Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus: UKM Kota Palembang).* Jatsi, 4(1), 93-100.