

Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan
23 Oktober 2021, Hal. 814-818
e-ISSN: 2686-2964

Gerakan ekonomi berjama'ah wirausaha di imogiri melalui e-commerce dan jimpitan digital berbasis android

Phisca Aditya Rosyady*, Ahmad Raditya Cahya Baswara, Muhammad Safar Nasir

Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan,
Bantul, Yogyakarta
Email: phisca.aditya@te.uad.ac.id*

ABSTRAK

Penggunaan media digital sebagai salah satu medium komunikasi semakin diminati. Fakta ini ternyata mendorong banyak pelaku usaha memanfaatkan media digital sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen. Termasuk para pelaku usaha di daerah-daerah seperti di Kapanewon Imogiri, Kabupaten Bantul. Terlebih setelah pandemi Covid-19, banyak bermunculan para wirausahawan dadakan karena memang mereka terdampak secara finansial. Pemuda Muhammadiyah sebagai salah satu penggerak masyarakat di Imogiri, hadir memfasilitasi para wirausahawan dan masyarakat selaku calon pembeli dengan adanya media jual beli online berupa group whatsapp. Namun perkembangannya anggota group whatsapp tersebut semakin banyak peminatnya hingga 200 orang. Hal ini mengakibatkan lalu lintas chat yang tak terbandung dan berakibat tidak efektif lagi proses pemasaran dan transaksi di sana. Pengabdian masyarakat dari tim dosen FTI dan FEB ini hadir untuk menyelesaikan permasalahan itu. Melalui pembuatan e-commerce dan fitur jimpitan digital berbasis android dengan nama pasarakyat ini, pengguna group whatsapp wirausaha tersebut bisa memanfaatkan aplikasi di smartpone untuk memasarkan dan mencari produk yang dipasarkan. Pembuatan aplikasi ini dilakukan selama 3 Bulan, sejak Juli hingga September 2021. Sedangkan untuk membekali pengguna aplikasi tersebut, diberikan pelatihan manajemen bisnis dan keuangan serta digital marketing pada 16 dan 23 Juni 2021.

Kata kunci : wirausaha, e-commerce, ekonomi berjamaah

ABSTRACT

The use of digital media as a communication medium is increasingly in demand. This fact has encouraged many business actors to use digital media as a means of communicating with consumers. Including business actors in areas such as in Kapanewon Imogiri, Bantul Regency. What is best after the Covid-19 pandemic, many impromptu entrepreneurs have sprung up because they were created financially. Muhammadiyah youth as one of the community movers in Imogiri, is here to facilitate entrepreneurs and the public as potential buyers with the existence of online buying and selling media in the form of whatsapp groups. But the development of the whatsapp group members is getting more and more fans up to 200 people. This results in unstoppable chat traffic and results in ineffective marketing and transaction processes there. This community service team from the FTI and FEB lecturers is here to solve the problem. Through the creation of e-commerce and the Android-based digital pinch feature with this community name, the entrepreneur's WhatsApp group users can use applications on smartphones to market and search for marketed products. This application was made for 3 months, from July to September 2021. Meanwhile, to equip users of the application, business and financial management training and digital marketing were given on 16 and 23 June 2021.

Keywords : entrepreneurship, e-commerce, community economy

PENDAHULUAN

Penggunaan media digital sebagai salah satu media komunikasi semakin diminati. Fakta ini ternyata mendorong banyak pelaku usaha memanfaatkan media digital sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen. Termasuk para pelaku usaha di daerah-daerah seperti di Kapanewon Imogiri, Kabupaten Bantul. Terlebih setelah pandemi Covid-19, banyak bermunculan para wirausahawan dadakan karena memang mereka terdampak secara finansial.

Pemasaran dengan memanfaatkan media *online* memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan transaksi konvensional, terutama untuk usaha kecil menengah. Dengan adanya program periklanan menggunakan internet ini pemasar dapat meningkatkan volume penjualan karena dengan adanya program pemasaran melalui internet dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Wandanaya, 2012). Secara umum dengan beberapa indikator pemasaran *online* yang meliputi kemudahan, informasi, rayuan dan bujukan yang sedikit, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian adalah cukup berpengaruh dengan alasan bahwa pemasaran *online* sangat memberikan keuntungan bagi konsumen yang tidak mempunyai banyak waktu dalam melakukan belanja dan bagi perusahaan memberikan keuntungan karena lebih efektif dan efisien sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk secara *online* (Rahmi *et al.*, 2015).

Di masa pandemi ini, warga Imogiri banyak yang kehilangan pekerjaan ataupun berkurang pendapatannya. Di antara mereka kemudian usaha dengan berjualan online. Mitra kami Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah Imogiri melakukan inisiatif dengan membuat group Whatsapp untuk jual beli online yang hingga saat ini sudah mencapai 220 member. Selama setahun terakhir semakin ramai dan antusias warga Muhammadiyah Imogiri menggunakan layanan group whatsapp tersebut, namun kemudian berimplikasi pada kurang efektifnya pemasaran dan transaksi melalui group tersebut karena *traffic* chat yang tinggi. Dari sinilah kami memberikan solusi dengan membuat *e-commerce* berbasis aplikasi android untuk memudahkan transaksi jual beli yang sudah berkembang.

METODE

Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Bulan Oktober 2020. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di SMP Muhammadiyah Imogiri dan SMK Muhammadiyah Imogiri. Kegiatan pengabdian ini dibantu oleh 3 mahasiswa dalam proses penyusunan materi hingga pelaksanaannya.

Khalayak Sasaran

Mitra kegiatan ini adalah Bidang Ekonomi Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah Imogiri, diikuti oleh 10 peserta yang merupakan anggota PCPM Imogiri yang memiliki usaha.

Pelatihan dan Pembuatan Aplikasi E-Commerce

Pengabdian masyarakat dari tim dosen FTI dan FEB ini hadir untuk menyelesaikan permasalahan itu. Melalui pembuatan e-commerce dan fitur jimpitan digital berbasis android dengan nama pasarakyat ini, pengguna group whatsapp wirausaha tersebut bisa memanfaatkan aplikasi di smartphone untuk memasarkan dan mencari produk yang dipasarkan. Selain itu juga kami melakukan pelatihan manajemen bisnis dan keuangan, desain grafis dan digital marketing guna membekali para wirausahawan yang berada di lingkungan Imogiri dan sekitarnya untuk memasarkan produk barang dan jasa mereka melalui aplikasi e-commerce tersebut. Pembuatan aplikasi ini dilakukan selama 3 Bulan, sejak Juli hingga September 2021. Sedangkan untuk membekali pengguna aplikasi tersebut, diberikan pelatihan manajemen

bisnis dan keuangan serta digital marketing pada 16 dan 23 Juni 2021. Metode pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat kami digambarkan dalam Gambar 1.



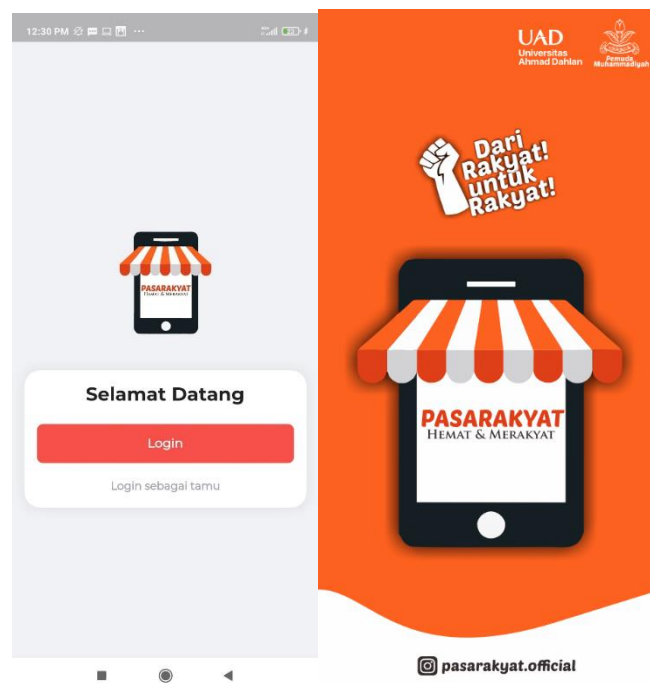
Gambar 1. Metode Pelaksanaan PPM

Evaluasi

Evaluasi kegiatan merupakan tahap akhir dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Evaluasi ini dilakukan untuk menilai tingkat keberhasilan dan mengevaluasi seluruh kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada anggota PCPM Imogiri. Kegiatan evaluasi ini melibatkan seluruh tim pengabdian kepada masyarakat dan mitra. Evaluasi tahap 1 dilakukan pada tanggal 25 Juli 2021 dan evaluasi pada tahap 2 dilakukan pada tanggal 16 September 2021.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Beberapa kegiatan yang sudah terlaksana selama bulan Juni 2021 adalah Pelatihan desain konten marketing dan pelatihan digital marketing. Pelaksanaan secara luring pada tanggal 15-16 Juni 2021 di SMP Muhammadiyah Imogiri. Selain itu juga sudah dirancang dan mulai dibuat marketplace pasarakyat di android sebagai media pemasaran para pengusaha pemula di kader pemuda muhammadiyah Imogiri (Gambar 2).



Gambar 2. Desain Logo Marketplace pasarakyat

Pelatihan digital marketing ini diberikan kepada pelaku usaha kader Pemuda Muhammadiyah Imogiri. Tim PPM akan melakukan pelatihan digital marketing menggunakan marketplace di social media seperti facebook dan instagram. Kemudian tahap kedua, akan dilakukan pelatihan digital marketing pada e-commerce seperti shopee, tokopedia, dan buka

lapak. Peserta akan dilatih mulai dari membuat akun, memposting unggahan produk yang akan ditawarkan, hingga proses transaksi sampai sampai ke produk dikirimkan ke pembeli.

Materi pada pelatihan desain meliputi pengenalan *software canva*, cara membuat desain logo, membuat desain produk yang menarik, dan desain poster untuk pemasaran *online*. Semua peserta mengikuti pelatihan ini dengan sangat antusias sehingga peserta dapat membuat berbagai desain yang menarik dan kemampuan melakukan pemasaran secara online di aplikasi e-commerce.

Kegiatan pelatihan desain produk dan pemasaran *online* ini dilakukan dengan memanfaatkan *handphone* yang telah dimiliki oleh pelaku UKM sehingga untuk tindak lanjutnya, UKM dapat langsung menerapkannya tanpa harus memikirkan sumber daya tambahan. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan PPM ini maka dilakukan evaluasi. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan wawancara dan observasi terhadap kinerja UKM. Berdasarkan pada data wawancara yang dilakukan terhadap pelaku usaha bahwa kegiatan ini telah memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran *online*. Selain memahami mitra juga telah mampu melaksanakan pemasaran secara *online* baik di sosial media maupun di *marketplace*. Gambar 3 merupakan dokumentasi kegiatan pelatihan desain grafis dan digital marketing.



Gambar 3 Dokumentasi Kegiatan PPM

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada PCPM Imogiri telah memberikan beberapa dampak yang signifikan kepada mitra, yaitu:

1. Terjadi peningkatan pemahaman mitra mengenai keuntungan pemasaran secara *online* sehingga mitra menjadi lebih siap dalam menghadapi persaingan secara global.
2. Terjadi peningkatan pada operasional usaha yang dimiliki para anggota PCPM Imogiri yang semula sistem pemasaran dan penjualan secara konvensional kini telah menerapkan pemasaran dan penjualan secara *online* melalui sosial media dan *marketplace*.

3. Meluasnya segmentasi pasar yang semula hanya lokal kini mulai menjangkau secara nasional sehingga meningkatkan pendapatan usaha.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Gerakan Ekonomi Berjama'ah Wirausaha di Imogiri melalui E-Commerce dan Jimpitan Digital Berbasis Android telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Mitra telah memahami tentang keuntungan dan pentingnya mengembangkan usaha dengan sistem pemasaran *online* sebagai salah satu keunggulan dalam persaingan global. Telah terjadi peningkatan operasional usaha pada usaha yang dimiliki oleh anggota PCPM Imogiri dari sistem penjualan dan pemasaran konvensional menjadi sistem penjualan dan pemasaran secara *online*. Pangsa pasarnya juga telah meluas dari pasar lokal menjadi nasional dengan memanfaatkan sistem pemasaran *online* sehingga dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis sampaikan terimakasih kepada LPPM Universitas Ahmad Dahlan atas pendanaan kegiatan Program Pengabdian Masyarakat ini. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada para mahasiswa yang telah membantu berjalannya kegiatan, dan kepada PCPM Imogiri atas kerjasama dan partisipasinya

DAFTAR PUSTAKA

- Jayanti, G. (2014). Penerapan E-Commerce Dalam Proses Komunikasi Pemasaran Di Toko East Kalimantan Center Samarinda. *E Journal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 219–228.
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Administrasi Dan Bisni*, 11(1), 47–56.
- Prasetyo, K. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Industri Kerajinan Kulit Di Kabupaten Magetan. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 3(3), 338–346.
- Rahmi, A., Adidi, M., Mahasiswi, Y., Dosen, D., Studi, P., Bisnis, A., & Uir, F. (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau). *Valuta*, 1(1), 149–172.
- Sulistyowati, E. (2014). Motivasi dan Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Industri Kerajinan Kulit. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, 3(2), 85–101.
- Wandanaya, A. B. (2012). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *CCIT Journal*, 5(2), 174–185.
- Rosyady, P.A & Rahmadhia, S.N (2020). Pelatihan dan pendampingan pemeliharaan alat sistem pengairan otomatis dan *online* marketing produk pertanian di Desa Wareng. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 123-128.