

PENGENALAN DAN CARA BERJUALAN DI E-COMMERCE & SOCIAL COMMERCE TERHADAP IBU-IBU PKK DI BALAI DESA TENGGOR

Muhammad Fatchur Rozy, Umi Chotijah
Program Studi Teknik Informatika,
Universitas Muhammadiyah Gresik

ABSTRAK

Balai Desa Tenggor yang terletak di wilayah Kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik. Sampai sekarang Desa Tenggor terdiri dari dua dusun yaitu Dusun Tenggor, dan Dusun Banggle. E-commerce adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik, dan untuk media elektronik nya berupa handphone, komputer, laptop, televisi, dan radio. Social commerce adalah upaya menjual produk langsung melalui jaringan media social. Kegiatan sosialisasi yang di berikan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Jurusan Teknik Informatika bagi masyarakat Desa Tenggor guna untuk mengikuti perkembangan zaman sekarang yaitu jual-beli melalui media digital. Sehingga semua masyarakat berpartisipasi terhadap sosialisasi yang telah kita adakan.

Kata Kunci : E-COMMERCE, SOCIAL COMMERCE

ABSTRACT

Tenggor Village Hall is located in the Balongpanggung District, Gresik Regency. Until now, Tenggor Village consists of two hamlets, namely Tenggor Hamlet and Banggle Hamlet. E-commerce is all buying and selling activities carried out through electronic media, and for electronic media in the form of cellphones, computers, laptops, television and radio. Social commerce is an effort to sell products directly through social media networks. Socialization activities provided by students at the Muhammadiyah University of Gresik, Department of Informatics Engineering, for the people of Tenggor Village in order to keep up with current developments, namely buying and selling via digital media. So that all people participate in the socialization that we have held.

Keywords: E-COMMERCE, SOCIAL COMMERCE

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi khususnya internet mempengaruhi berbagai bidang kehidupan, tidak terkecuali perdagangan. Perdagangan mengalami perubahan dalam hal proses jual beli dan pemasaran produk. Proses perdagangan ini lebih dikenal dengan istilah *electronic- Commerce* atau disingkat *e-Commerce*. Pengertian E-commerce adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik, dan untuk media elektronik nya berupa handphone, komputer, laptop, televisi, dan radio.

Karena pengertian e-commerce tersebut, terkadang ada kesalahpahaman tentang e-commerce dan marketplace. Istilah e-commerce digunakan untuk mendeskripsikan semua transaksi yang memakai media elektronik. Marketplace sendiri adalah salah satu model e-commerce, di mana ia berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Penjual yang berdagang di marketplace hanya perlu meladeni pembelian. Semua aktivitas lain seperti pengelolaan website sudah diurus oleh platform tersebut. Situs-situs seperti Shopee dan Lazada adalah dua contoh marketplace.

Nilai social commerce secara global diproyeksikan akan tumbuh hingga 604,5 miliar dolar AS hingga tahun 2027 mendatang, menurut PR Newswire. Berkembangnya media sosial membuat jenis penjualan yang satu ini meningkat tajam. Itulah mengapa social commerce adalah salah satu buzzwords di kalangan marketer pada saat ini. Kini, media sosial tidak hanya digunakan untuk memperluas koneksi atau berbagi pengalaman saja. Pasalnya, tak sedikit orang yang lebih suka berbelanja langsung lewat media sosial. Social commerce adalah upaya menjual produk langsung melalui jaringan media sosial, mengutip Bigcommerce.

Salah satu alasan banyak bisnis memanfaatkan media sosial adalah karena media sosial memungkinkan interaksi yang lebih personal dengan konsumen. Misalnya saja, melalui Instagram penjual dapat berkomunikasi melalui berbagai fitur mulai dari postingan foto atau video, Instagram Story, kolom komentar, maupun DM. Medium yang ditawarkan juga beragam mulai dari teks, foto, video, dan lain-lain. Riset menunjukkan, sebanyak 74% konsumen mengandalkan media sosial untuk membuat keputusan dalam membeli barang. Dengan adanya interaksi secara langsung, kamu bisa meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga mereka lebih yakin untuk membeli produk yang kamu jual. Selain itu, media sosial juga sekaligus bisa digunakan untuk meningkatkan brand awareness dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Konsumen jadi memiliki pilihan yang lebih beragam untuk melihat-lihat katalog produk dan bertransaksi.

METODE PELAKSANAAN

Persiapan dilakukan dengan cara pendekatan kualitatif yang dimana hasil yang dipaparkan pada metode kualitatif merupakan pemaparan hasil berupa kata-kata atau kalimat secara tersurat dari penulis. KKN dilaksanakan di Desa Tenggor, Kecamatan Balomgampang, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

Perencanaan kegiatan ini dapat dilakukan setelah merelasasikan pelaksanaan, tetapi terlebih dahulu kita melakukan kegiatan pendekatan kualitatif terhadap pengurus desa agar mengenali Ibu-Ibu PKK di Desa Tenggor tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-commerce adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik seperti Handphone, komputer, laptop, televisi, radio. Dan contoh E-commerce nya yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Blibli.

Social commerce adalah upaya menjual produk langsung melalui jaringan media sosial

seperti Facebook, Whatsapp, Tiktok, Instagram.



Pada kegiatan KKN PRODI ini, langkah-langkah berjalan dengan lancar dan tujuan dari kegiatan pelaksanaan KKN PRODI dapat terlaksana.

Manfaat E-COMMERCE : Bisa menghemat waktu lebih baik, Bisa menjadi bisnis lintas wilayah, Bisa dilakukan tanpa modal besar, Menawarkan fleksibilitas yang tinggi

Salah satu alasan banyak bisnis memanfaatkan media sosial adalah karena media sosial memungkinkan interaksi yang lebih personal dengan konsumen. Misalnya saja, melalui Instagram penjual dapat berkomunikasi melalui berbagai fitur mulai dari postingan foto atau video, Instagram Story, kolom komentar, maupun DM. Dengan adanya interaksi secara langsung, kamu bisa meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga mereka lebih yakin untuk membeli produk yang kamu jual.

Selain itu, media sosial juga sekaligus bisa digunakan untuk meningkatkan brand awareness dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Konsumen jadi memiliki pilihan yang lebih beragam untuk melihat-lihat katalog produk dan bertransaksi. Konsumen saat ini pun senang membagikan pengalaman berbelanja mereka di media sosial. Dengan memiliki kehadiran di media sosial, kamu bisa meningkatkan jumlah percakapan mengenai produk yang dijual sehingga brand semakin dikenal.

E-commerce : perlu membuka website atau aplikasinya terlebih dahulu untuk berbelanja

Social commerce : kita bisa melakukan aktivitas jual - beli secara langsung di platform media social dan interaksi lebih personal antara penjual dan pelanggannya.

Program ini dilaksanakan oleh program studi Teknik Informatika. Kegiatan Sosialisasi Pengenalan Dan Cara Berjualan Di E-Commerce Dan Social Commerce di Ibu-Ibu PKK Desa Tenggor, Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik. Dilaksanakan pada hari Selasa 22 Februari 2022. Sebelum melaksanakan kegiatan, kami meminta izin kepada Kepala Desa Tenggor dan Ibu pkk. Setelah meminta izin dan diberi izin untuk sosialisasi untuk Ibu pkk tentang "Pengenalan Dan Cara Berjualan di E-Commerce Dan Social Commerce. Agar ibu-ibu dapat mengerti dan memahami cara berjualan di era digital. Kegiatan ini diikuti 30 peserta dan dilakukan di Balai Desa Tenggor yang dimulai pada pukul 13.00 WIB sampai dengan pukul 14.00 WIB. Kegiatan sosialisasi ini berjalan dengan lancar dan mendapatkan antusiasme dari Ibu-Ibu PKK. Adanya interaksi dengan peserta membuat acara sosialisasi ini berjalan lancar dan meriah. Ibu-Ibu juga sangat memperhatikan materi yang kami berikan.

Selesai acara sosialisasi kami makan bakso bersama di Balai Desa Tenggor. Setelah makan dan bercanda ria, kami berkumpul dan izin pamit pulang kepada Bapak Kepala Desa, perangkat desa, dan juga tentunya Ibu PKK. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada mereka karena telah memberikan waktu untuk mengikuti Sosialisasi “Pengenalan Dan Cara Berjualan Di E-Commerce dan Social Commerce” yang kami adakan. Sebelum pulang kami melakukan foto bersama.

KESIMPULAN

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan dapat membantu para Ibu PKK yang ingin melakukan transaksi jual beli di media digital. Disini Ibu PKK dapat memanfaatkan media digital untuk melakukan transaksi jual beli dimanapun dan kapanpun. Dari materi yang kami sosialisasikan itu sangatlah bermanfaat bagi ibu PKK jika dimanfaatkan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

<https://sidesa.gresikkab.go.id/desa-tenggor/>

<https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-ecommerce/#:~:text=Electronic%20commerce%20atau%20ecommerce%20adalah,lebih%20sering%20terjadi%20melalui%20internet.&text=Istilah%20ecommerce%20digunakan%20untuk%20mendeskripsikan%20semua%20transaksi%20yang%20memakai%20media%20elektronik.>

<https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>

<https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-e-commerce-manfaat-fungsi-kelebihan-dan-cara-daftarnya/>

<https://www.sirclo.com/blog/social-commerce-solusi-untuk-memaksimalkan-penjualan-bisnis/>

<https://tekno.kompas.com/read/2020/11/25/13300057/mengenal-social-commerce-fenomena-belanja-lewat-media-sosial?page=all>

<https://glints.com/id/lowongan/social-commerce-adalah/#.YhTGluhBy00>

Suhartanti, O., Suminar, E., Eka Sari, D. J., & Fitriyanur, W. L. (2023). Hubungan Dukungan Keluarga Dengan Tingkat Depresi Pada Lansia Di Panti Jompo Lestari Menganti Kab. Gresik. *Jurnal Keperawatan Suaka Insan (Jksi)*, 8(1), 64-71. <https://doi.org/10.51143/jksi.v8i1.443>

Widiharti, & Sari, D. J. E. (2023). *Analisis faktor yang mempengaruhi intensi terhadap pelaksanaan discharge planing berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB)*. 14(1).

Widiharti, Sari, D. J. E., Chasana, T. A., Agustin, T. C., & Putri, N. N. D. (2022). Penerapan Terapi Tertawa Pada Lansia dengan Hipertensi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 85-94.