

Pengenalan *Mobile Commerce* Pada Anggota Koperasi Gentiaras Untuk Meningkatkan Penghasilan Rumah Tangga

Garaika*¹, Fauzi², Muhamad Muslihudin³

¹Prodi Manajemen, STIE Trinsna Negara, OKU Timur, Sumatera Selatan

^{2,3}Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung

¹Jl. MP. Bangsa Raja No.27 Belitang, OKU Timur, Sumatera Selatan, Indonesia

^{2,3}Jl. Wisma Rini No.09 Pringsewu, Lampung, Indonesia

E-Mail : garaikastie@gmail.com¹, drfauzistmikpsw@gmail.com², mmuslihudin415@gmail.com³

Abstract

Digital-based sales technology or often known as electronic commerce has increased very rapidly as felt at the moment. With very fierce trade competition, the Gantiaras Cooperative in collaboration with two STMIK Pringsewu Higher Education Institutions, STIE Trisna Negara provides advisory services for home industry business owners who are members of the Bukaaras Cooperative to have a digital-based sales platform with the concept of mobile commerce. This Community Service activity aims to provide an understanding for the Members of the Cooperative Cooperative on how to market digital-based handicraft products, food, clothing, services and services. From this activity the members of the Gentiaras Cooperative who have a home industry business can market products quickly, precisely and safely so that customers can provide convenience for customers.

Keywords: home industry, members, cooperatives, gentiaras

Abstrak

Teknologi penjualan berbasis digital atau sering kita kenal electronic commerce mengalami peningkatan yang sangat pesat seperti yang dirasakan pada saat ini. Dengan persaingan perdagangan yang sangat ketat Koperasi Gantiaras bekerjasama dengan dua Lembaga Pendidikan Tinggi STMIK Pringsewu, STIE Trisna Negara mengadakan layanan pendampingan bagi pemilik usaha home industry yang menjadi Anggota Koperasi Gantiaras agar memiliki platform penjualan berbasis digital dengan konsep mobile commerce. Kegiatan Pengabdian ini bertujuan memberikan pemahaman bagi Anggota Koperasi Gantiaras bagaimana memasarkan produk kerajinan, makanan, pakaian, jasa dan lainnya berbasis digital. Dari kegiatan ini para anggota Koperasi Gentiaras yang memiliki usaha home industry dapat memasarkan produk dengan cepat, tepat dan aman sehingga pelanggan dapat memberikan kenyamanan bagi para pelanggan.

Kata Kunci : home industry, anggota, koperasi, gentiaras

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi di era modern ini dapat mendorong masyarakat menggunakan teknologi untuk berkembang. Salah satunya teknologi mobile dan PC juga tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi tapi dapat mempermudah penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari karena teknologi mobile dan PC memiliki fasilitas seperti akses internet e-mail dan multi media yang bisa di gunakan tanpa batas waktu dan tempat.

E-commerce atau bisa disebut Perdagangan elektronik adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer (Lenti, 2017; Putri, Wibawa, & Laksamana, 2017; Terzi, 2011). Seluruh komponen yang ada dalam perdagangan diaplikasikan ke dalam *e-commerce* seperti *customer service*, layanan produk, cara pembayaran dan cara promosi (Undang-Undang RI, 2014; Wiji Susanti & Noca Yolanda Sari, 2015). Perkembangan *internet* yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce*. Data dari <https://www.wartaekonomi.co.id/> pada Februari 2019 selama kurun waktu 4 tahun terakhir, *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan hingga 500 persen. Riset terbaru Google dan Temasuk dalam laporan e-Conomy SEA 2018 menunjukkan bahwa ekonomi digital Indonesia tahun ini mencapai US\$27 miliar atau sekitar Rp391 triliun. Dengan data tersebut menjadikan Indonesia menjadi Negara di Asia Tenggara yang memiliki

transaksi ecommerce terbesar(Pradana, 2015; Santoso, Wahyudiono, & Widiastuti, 2019)(Rahayu, 2019).

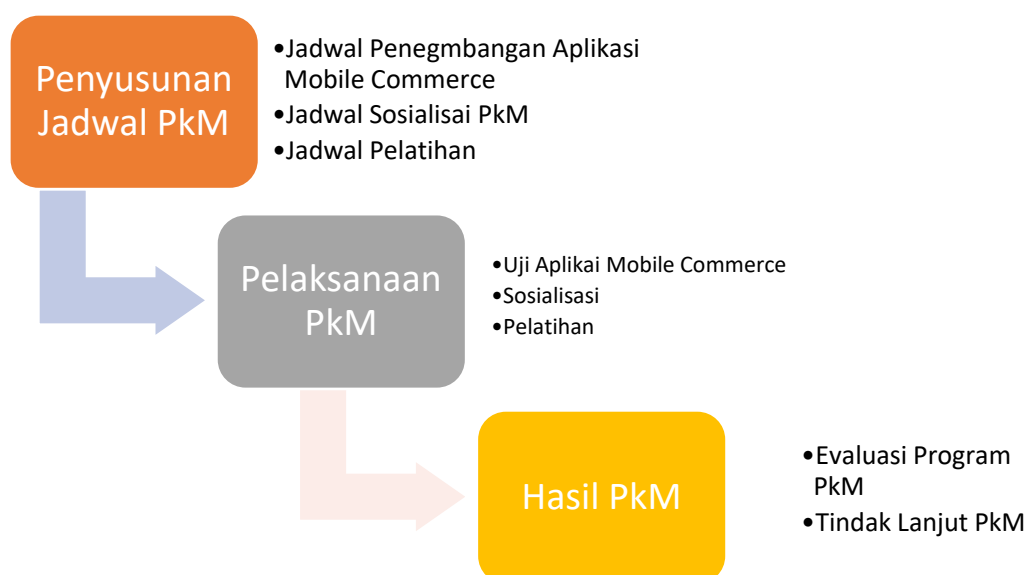
Dalam beberapa kegiatan Pengabdian telah banyak kegiatan yang berfokus pada pemberdayaan seperti halnya pengabdian yang dilakukan oleh (Azizah, Wahyudi, Nissa, Wahyudi, & Ummah, 2019) pemanfaatan electronic commerce sebagai media marketing untuk meningkatkan kemampuan para istri nelayan. (Khairani, 2017) melakukan pelatihan bagi ibu-ibu rumah tangga tentang produk umbi talas di Kelurahan Sri Maranti dalam usaha memberikan pemahaman dalam pengemasan dan pembelajaran pembukuan sederhana sehingga memberikan pemahaman bagi usaha ibu rumah tangga di Kelurahan Sri Maranti. Kegiatan pelatihan pemasaran produk Home Industry dilakukan oleh (Mukodimah, 2020) pendampingan yang dilakukan memberikan pelatihan penggunaan media social Facebook, Instagram, dan Whatsapp sebagai sarana media promosi dengan hasil pengabdian memiliki jangkauan luas dalam pemasaran sehingga secara otomatis menambah pangsa pasar dan volume sasaran konsumen yang akan berpengaruh pada omset penjualan.

Berdasarkan data diatas maka Koperasi Gentiaras Pringsewu ingin mengembangkan para aggotanya untuk memahami dan mengimplemantasikan penjualan berbasis mobile commerce. Dalam upaya meningkatkan produk usaha anggota koperasi Gentiaras Pringsewu maka dirancanglah platform berbasis web mobile digital untuk menampung produk-pruduk untuk menampung hasil usaha dari anggota koprasi Gentiaras Pringsewu. Aplikasi *Mobile Commerce* ini memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan hasil produk anggota koperasi guna mempermudah pemasaran sehingga dengan ini mampu memberikan nilai tambah produk dan meningkatkan pendapatan bagi anggota koperasi. Berdasarkan hal tersebut maka Tim Pengabdian Masyarakat STMIK Pringsewu bekerjasama STIE Trisna Negara dan Koperasi Gentiaras Kabupaten Pringsewu mengadakan pendampingan terhadap anggota koperasi.

2. METODE

Metode pelaksanaan dalam pengabdian dilakaukan dengan cara ceramah, pendampingan, serta praktek. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, pertama melakukan penyusunan rencana metode yang akan dilakukan selama proses awal sosialisasi dan rencana selama kegiatan berlangsung.

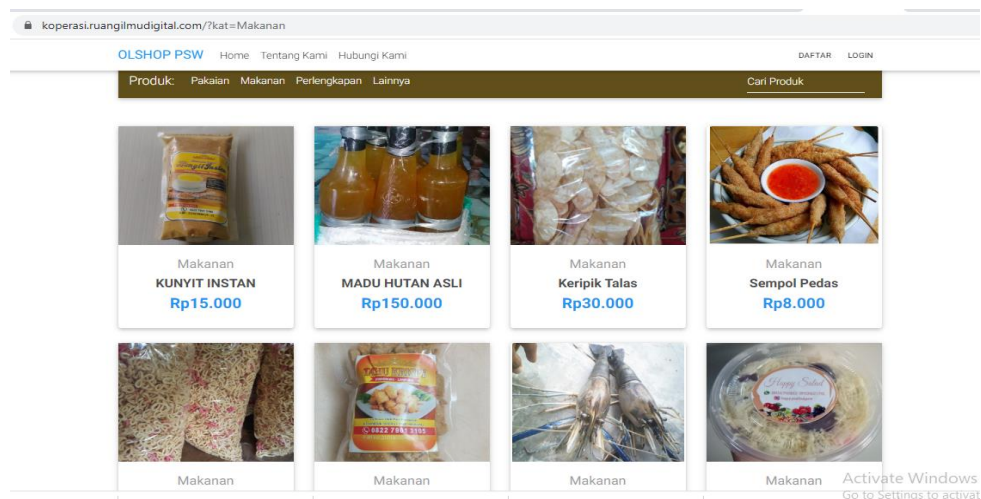
Alur proses pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar 1 yang dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Alur Pelaksanan PkM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat dilakukan dalam 2 tahapan tahapan pertama dilakukan pada bulan Agustus 2019 dan tahap kedua dilakukan pada bulan November 2019. Pada tahap pertama dilakukan pengembangan aplikasi *Mobile Commerce* yang dilakukan oleh Tim pengembangan aplikasi oleh tim PkM STMIK Pringsewu sesuai dengan permintaan pengurus koperasi Gentiaras Pringsewu. Dari hasil pengembangan aplikasi *mobile commerce* didapatkan hasil tampilan berikut ini :



Gambar 2. Hasil Pengembangan Aplikasi *Mobile Commerce*

Selanjutnya pada tahapan kedua pada November 2019 dilakukan sosialisasi pada anggota Koperasi Gentiaras untuk dapat bergabung pada Olshop PSW atau aplikasi *mobile commerce* yang di kembangkan oleh untuk Tim PkM. Kegiatan ini juga dilakukan oleh anggota koperasi yang masih baru. Peserta sosialisai padat tahap kedua dihadiri oleh 32 anggota koperasi yang telah memiliki usaha mandiri di rumah masing-masing (*home industry*) dalam kegiatan ini dilakukan persentasi yang dilakukan oleh 2 Dosen STMIK Pringsewu dan 1 Dosen dari STIE Trisna Negara. Dalam penyampaian materi tahap pertama dilakukan oleh Bapak Garaika menjelaskan konsep pemasaran secara digital dan bagaimana keuntungan dalam menggunakan pemasaran digital. Selanjutnya, pemateri kedua dilakukan oleh Bapak Fauzi menjelaskan bagaimana mengatur keuangan bagi pelaku usaha kecil anggota Koperasi Gentiaras. Pada materi ketiga dilakukan parktek mendaftarkan pada akun mobile commerce Koperasi Gentiaras yang disampaikan oleh Bapak Muhamad Muslihudin.



Gambar 3. Foto Kegiatan Paparan Materi *Mobile Commerce* Pada Anggota Koperasi Gentiaras

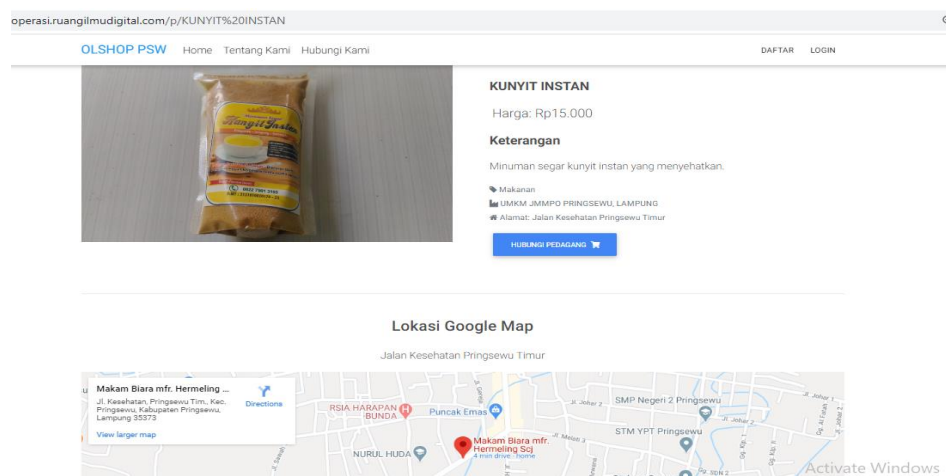


Gambar 4. Peserta Antusia melakukan Praktek dan Mendaftar pada Website



Gambar 5. Foto Tim PkM dan Peserta

Setelah melakukan pendampingan pada Anggota Koperasi Gentiaras maka hasil dari pelatihan tersebut dapat dilihat pada link *mobile commerce* berikut ini : <https://koperasi.ruangilmudigital.com/> (Maseleno, 2020) dan tampilan produk-produk yang di hasilkan oleh kegiatan Pengabdian Masyarakat terlihat pada gambar berikut ini :



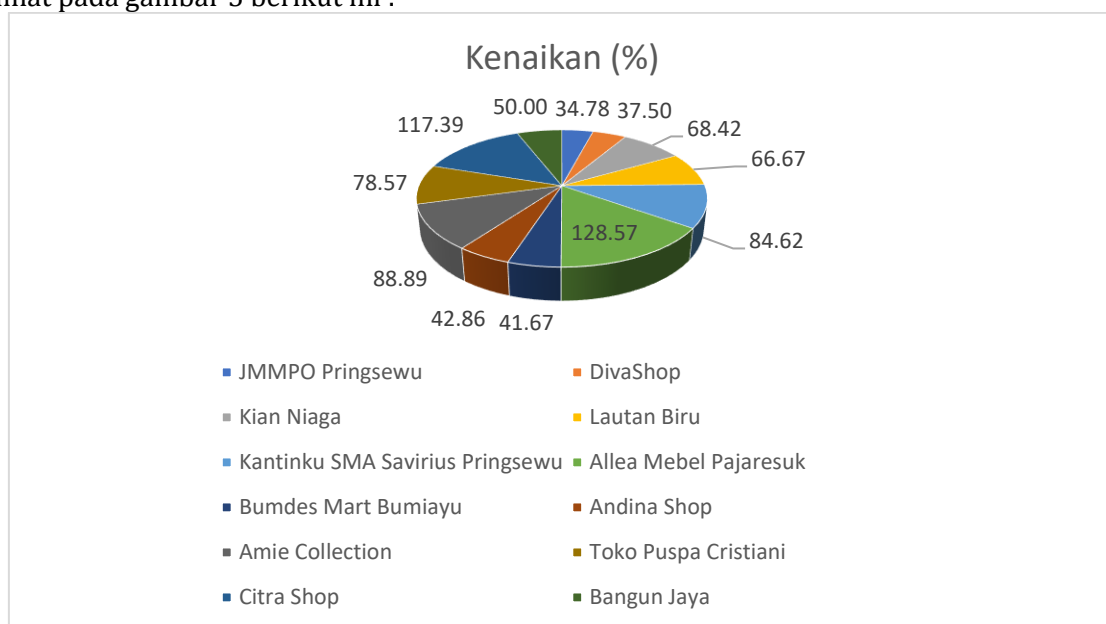
Gambar 6. Produk yang dihasilkan dan alamat

Dari hasil kegiatan Pengabdian pada Masyarakat yang dilakukan oleh STMIK Pringsewu, STIE Trisna Negara dan Tim dari hasil Analisa dan wawancara terhadap pelaku usaha Anggota Koperasi Gentiaras penjualan produk mengalami peningkatan. Dengan implementasi mobil commerce sistem jual beli dan promosi lebih mudah karena penjual, pembeli melakukan transaksi dengan cara lansung melalui *Cash on Delivery*. Hasil data peningkatan omset penjualan dapat di lihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Hasil Kenaikan Omset Penjualan

No	Nama Home Industry/Nama Usaha	Jenis Usaha	Omzet Penjualan Offline 3 Bulan (Juli, Agus, Sept)	Omzet Penjualan Online 3 Bulan (Nov, Des, Jan)
1	JMMPO Pringsewu	Makanan dan Minuman	2,300,000	3,100,000
2	DivaShop	Baju Anak	4,000,000	5,500,000
3	Kian Niaga	Makanan Ringan	1,900,000	3,200,000
4	Lautan Biru	Percetakan Dan Asesoris	2,400,000	4,000,000
5	Kantinku SMA Savirius Pringsewu	Makanan dan Minuman	1,300,000	2,400,000
6	Allea Mebel Pajaresuk	Mebel	7,000,000	16,000,000
7	Bumdes Mart Bumiayu	Sembako, Makanan Ringan Tradisional	6,000,000	8,500,000
8	Andina Shop	Makanan Ringan	1,400,000	2,000,000
9	Amie Collection	Jasa Jahit	900,000	1,700,000
10	Toko Puspa Cristiani	Kue Bolu	1,400,000	2,500,000
11	Citra Shop	Kerajinan Tapis	2,300,000	5,000,000
12	Bangun Jaya	Produksi Kopi Bubuk	3,000,000	4,500,000

Data di atas dapat dilihat dalam bentuk nilai persentase kenaikan omset penjualan yang terlihat pada gambar 5 berikut ini :



Gambar 5. Persentase Kenaikan Omset Penjualan

4. KESIMPULAN

Dari uraian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan selama dua tahap bulan Agustus sampai bulan November dapat di ambil kesimpulan:

1. Pelatihan dan praktek pemasaran digital dengan menggunakan konsep *mobile commerce* memiliki dampak yang positif bagi anggota Koperasi Gentiaras.
2. Hasil dari implementasi program *mobile commerce* pelanggan dan penjual produk dapat berinteraksi secara langsung dengan mengusung konsep *Cash on Delivery* sehingga proses jual beli menjadi lebih aman.

3. Menumbuhkan minat kewirausahaan bagi para anggota baru Koperasi Gentiaras sehingga akan banyak munculnya usaha-usaha *home industry* baru dan akan meningkatkan pendapatan keluarga untuk menuju keluarga yang sejahtera.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Koperasi Gentiaras Pringsewu, STMIK Pringsewu, STIE Trisna Negara yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N., Wahyudi, E. R., Nissa, K., Wahyudi, A. F., & Ummah, S. K. (2019). Pemberdayaan Istri Nelayan Melalui Pelatihan Digital Marketing Strategy (DMS) Darah Biru. *Dinamisia*, 3(1), 131–141.
- Khairani, D. L. P. J. W. Z. (2017). Pelatihan Kewirausahaan Ibu-Ibu Rumah Tangga pada Kelurahan Sri Meranti Kecamatan Runai Pesisir Kota Pekanbaru. *Dinamisia*, 1(1), 145–152.
- Lenti, F. N. (2017). Rekeyasa Proses Bisnis Pada E-Commerce B2B–B2C menggunakan Sistem Afiliasi. *JIKO AKAKOM Yogyakarta*, 2(1), 41–49.
- Maseleno, A. A. S. M. A. (2020). Implementasi Mobile Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Anggota Koperasi Gentiaras Pringsewu. *JTKSI*, 03(01), 32–36.
- Mukodimah, F. R. I. S. (2020). Pendampingan Pemasaran Produk Hasil Home Industry Berbasis Media Sosial Dalam Upaya Memberdayakan Ibu Rumah Tangga Di Kabupaten Pringsewu. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 55–68.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *MODUS*, 27(2), 163–174.
- Putri, R. O., Wibawa, B. M., & Laksamana, T. (2017). Identifikasi Permasalahan Komplain pada E-Commerce Menggunakan Metode Fishbone. *JURNAL SAINS DAN SENI ITS*, 6(1), D37–D41.
- Rahayu, N. (2019). Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia.
- Santoso, K. I., Wahyudiono, S., & Widiastuti, S. W. (2019). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Pada Elhashop Purwodadi Grobogan. In *Prosiding SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS* (hal. 197–205).
- Terzi, N. (2011). The impact of e-commerce on international trade and employment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 745–753. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.010>
- Undang-Undang RI. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (2014).
- Wiji Susanti, K., & Noca Yolanda Sari, M. M. (2015). Pengembangan Electronic Commerce Dalam Proses Meningkatkan Ukm Pada Dekranasda Kabupaten Pringsewu. *Expert*, 5(2), 42–47.