

PENYULUHAN TEKNOLOGI E-COMMERCE DALAM PERKEMBANGAN UMKM STREET FOOD DI RAWAMANGUN

Rutinaias Haholongan¹, Krisnando², Bayu Pratama³ Tio prasetyo⁴,
Rika Putri Dewi⁵, Aliyah⁶, Dani Satrio Tanamal⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

Corresponding author E-mail: Rutinaias@stei.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received :05-03-2024

Revised :15-03-2024

Accepted : 22-03-2024

Key words:

Pemberdayaan teknologi, e-commerce, Umkm, Street Food

DOI: 10.62335

ABSTRACT

The development of the empowering influence of e-commerce technology in street food MSMEs in Rawamangun, utilizes e-commerce technology but still only attaches or places its business on this technology with minimal e-commerce quality. E-commerce technology is very much needed for every trader, businessman and entrepreneur in the midst of increasing competition. The methods used are lectures and discussion methods aimed at increasing understanding of the use of e-commerce technology in every businessman. The problem being solved is strategic development of e-commerce technology in marketing and sales that is more effective, easier and cheaper in encouraging the successful development of MSMEs in Rawamangun. To expand marketing access by providing education on how to use digital technology. E-commerce system that occupies the top ranking, so that consumers or customers can easily find the address. In order to expand the business network

ABSTRAK

Perkembangan pengaruh pemberdayaan teknologi e-commerce di UMKM street food di rawamangun, memanfaatkan teknologi e-commerce namun masih sekedar menempelkan atau menempatkan usahanya pada teknologi ini saja dengan kualitas e-commerce yang seadanya. Teknologi e-commerce sangat dibutuhkan bagi setiap pedagang maupun pembisnis dan kewirausahaan di tengah persaingan semakin meningkat. Metode yang di gunakan ceramah dan metode diskusi

bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pemanfaatan teknologi e-commerce di setiap pembisnis Masalah yang diselesaikan yaitu, strategis perkembangan teknologi e-commerce di pemasaran dan penjualan yang lebih efektif, dan mudah dan murah dalam mendorong keberhasilan perkembangan umkm di rawamangun. Untuk memperluas akses pemasaran melalui pemberian penyuluhan cara menggunakan teknologi digital. E-commerce sistem yang menduduki ranking teratas, sehingga konsumen atau pelanggan mudah mencari alamat tersebut.dalam rangka mempeluas jaringan usaha.

PENDAHULUAN

Perkembangan pengaruh permbdayaan teknologi e-commerce di UMKM street food di rawamangun. Sistem pemasaran dan penjualan masih secara manual. Penjualan yang langsung ke konsumen,dan sebagian lain sudah ada yang sudah memanfaatkan teknologi e-commerce namun masih sekedar menempelkan atau menempatkan usahanya pada teknologi ini saja dengan kualitas e-commerce yang seadanya.

Teknologi e-commerce sangat dibutuhkan bagi setiap perdagangan maupun pembisnis dan kewirausahaan di tengah persaingan semakin meningkat. Masalah yang diselesaikan yaitu, strategis perkembangan teknologi e-commerce di pemasaran dan penjualan yang lebih efektif, dan mudah dan murah dalam mendorong keberhasilan perkembangan umkm di rawamangun. Untuk memperluas akses pemasaran melalui pemberian ajara cara menggunakan teknologi di gital sekarang ini. E-commerce sistem yang menduduki ranking teratas, sehingga konsumen atau pelanggan mudah mencari alamat tersebut.dalam rangka mempeluas jaringan usaha. Metode yang di gunakan ceramah dan metode diskusi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pemanfaatan teknologi e-commerce di setiap pembisnis.

Rawamangun dikenal sebagai daerah dengan keberagaman kuliner street food yang kaya akan cita rasa dan tradisi. UMKM di sektor ini memiliki peran vital dalam menciptakan lapangan kerja dan memperkuat perekonomian lokal. Dalam era digital, pemberdayaan teknologi e-commerce menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan mengakses pasar yang lebih luas. Perkembangan UMKM Street Food: Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengandalkan kemudahan bertransaksi secara online, UMKM street food di Rawamangun perlu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi e-commerce. Perkembangan ini menjadi peluang bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas, efisiensi operasional, dan meningkatkan pendapatan.

Pemberdayaan Teknologi E-Commerce: Penerapan teknologi e-commerce

tidak hanya mencakup keberadaan platform jual-beli online, tetapi juga melibatkan strategi pemasaran digital, manajemen inventaris, dan penggunaan data untuk pengambilan keputusan. Dengan memahami dan memanfaatkan teknologi ini, UMKM street food dapat mengoptimalkan potensinya. Meskipun pemberdayaan teknologi e-commerce membawa banyak peluang, UMKM street food juga dihadapkan pada sejumlah tantangan, seperti akses terbatas terhadap teknologi, keamanan data, dan persaingan online yang ketat. Oleh karena itu, perlu ada langkah-langkah konkret untuk mengatasi hambatan ini dan memaksimalkan manfaat teknologi e-commerce. Penyuluhan ini bertujuan untuk menyelidiki secara mendalam pengaruh pemberdayaan teknologi e-commerce terhadap perkembangan UMKM street food di Rawamangun. Dengan demikian, diharapkan dapat ditemukan solusi dan rekomendasi untuk memajukan sektor UMKM street food secara berkelanjutan. Dengan mengkaji dampak pemberdayaan teknologi e-commerce dalam perkembangan UMKM street food di Rawamangun, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran teknologi dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM dalam era digital ini.

Masalah yang ingin dipecahkan

Hasil analisis permasalahan yang ditemui pada umkm yang terkait dengan masalah menggunakan teknologi e-commerce hasil survey pendahuluan di lapangan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Banyak umkm yang kurang diminati atau kurang di ketahui para khayalak, maka dari itu kami meberi tahu tentang e-commerce, dengan e-commerce ini kita bisa lebih banyak mengenalkan umkm street food rawamangun dan lebih kenal banyak orang melaui aplikasi go-food,grab food, shoppe food,blibli mar, dll .
2. Minimnya pengetahuan street food tentang pemanfaatkan teknologi e-commerce di umkm di wilayah rawamangun.
3. Pengetahuan ilmu bisnis untuk para pedagang supaya mengetahui banyak cara memperkenalkan produk dengan hanya bermodalkan tekonologi e-commerce dan tidak membutuhkan banyak biaya.
4. Jangkauan pasar yang jauh dan luas serta muat jual barang lebih banyak untuk dijual

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan pada penyuluhan dampak teknologi e-commerce dalam perkembangan UMKM di Rawamangun adalah sebagai berikut:

1. Metode Ceramah; Penjelasan Materi Metode ini di lakukan untuk menjelaskan materi yang akan disampaikan secara lisan tentang bagaimana dampak teknologi e-commerce dalam perkembangan umkm di Rawamangun dan rekan tim yang menjelaskan beberapa cara penyuluhan untuk teknologi e-commerce dalam kemampuan, dan pengetahuan yang lengkap, prinsip serta konsep umum terkait dengan serangkaian tugas, bertujuan untuk membuka pikiran para pembisnis kecil maupun besar

2. Metode Diskusi dan Tanya Jawab; Metode ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal dari materi yang masih belum dipahami oleh para peserta untuk memecahkan masalah bersama-sama agar paham melakukan bisnis penjualan dan mempergunakan e-commerce

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dibuka oleh Ibu Rutinaias Haholongan untuk menyampaikan tujuan diadakannya kegiatan penyuluhan Teknologi E-Commerce dalam perkembangan UMKM Street Food Di Rawamangun pada pedagang street food. Sesi berikutnya acara disampaikan oleh Bapak Krisnando bersama Rika Putri Dewi, menjelaskan materi tentang tips menjadi penjual yang cerdas (smart seller), dan juga memaparkan maksud tujuan penjual yang cerdas untuk penjelasan berikutnya yaitu e-Commerce dan media digital dapat menjadi cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan, mengurangi biaya operasional bisnis, dan meningkatkan margin profit bagi bisnis anda, serta melakukan tanya jawab kepada peserta untuk memecahkan masalah yang terjadi pada perdagangan street food di rawamangun untuk menjelaskan intimasalah yang biasa terjadi. Bagaimana melakukan penjualan dengan mudah menarik perhatian para konsumen dengan cara jeli melihat peluang dengan memanfaatkan platform marketplace untuk meningkatkan penjualan. Mengutamakan kepuasan dan kebutuhan pelanggan.

Pelanggan yang butuh cepat bisa dilayani dengan sameday delivery untuk pengiriman cepat. Menjual produk yang diminati banyak konsumen. Menjaga kualitas produk. Memperlihatkan platform yang tepat dan peluang dengan menjelaskan fitur-fitur penjualan di aplikasi e-commerce, Mencakup segmentasi pasar dari segi perilaku, demografis, geografis, dan psikografis, sebab dari larisnya penjualan dimulai dari hasil observasi dan analisis para konsumen disekitar untuk melihat peluang yang besar atau kecil, sebab ide bisnis sangat mahal. Memaparkan materi tentang apa saja aplikasi yang dapat digunakan dan peluang didalam aplikasi e-commerce tersebut, serta fitur-fitur yang sangat berguna untuk pemasaran online seperti gofood, grabfood, bahkan blibli market yang menjual barang kebutuhan pokok masyarakat.

Pada materi selanjutnya dijelaskan oleh Bapak Bayu Pratama dan Aliyah menjelaskan tentang website e-Commerce dan media digital dapat menjadi cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan, Target yang lebih tepat dan lebih personal Digital marketing dengan menggunakan e-Commerce dan media digital lainnya memungkinkan Anda untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menggunakan informasi dan data konsumen dengan mudah. Anda dapat melacak perilaku pembelian yang memberikan peluang lebih besar untuk melakukan personalisasi promosi dan penawaran lainnya dengan lebih akurat., Menjelaskan Strategi Konten Marketing Persona online memudahkan Anda dalam menyediakan informasi lebih lengkap mengenai produk dan jasa kepada konsumen.

Situs yang populer dapat membantu penjual untuk menyediakan konten utama kepada konsumen. Konten produk utama, perbandingan produk, ketersediaan stock, dan harga. Informasi ini dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Memaparkan materi tentang Fleksibilitas

Pemesanan online memungkinkan konsumen untuk memesan kapan saja, dimana saja dengan menggunakan handphone, tablets, atau perangkat lainnya, sehingga proses pemesanan makanan menjadi lebih mudah. Order dalam skala besar Konsumen dapat melihat menu tanpa merasa terburu-buru, sehingga mereka akan menghabiskan lebih banyak waktu untuk memutuskan apa yang ingin dipesan. Karena semakin banyak waktu yang dihabiskan maka mereka akan melihat lebih banyak menu, yang memungkinkan mereka untuk order lebih banyak. Menjangkau lebih luas Melalui pemesanan online, Penjual dapat menjangkau banyak orang pada waktu yang sama tanpa harus mengeluarkan investasi yang lebih besar pada staff maupun infrastruktur

Pemaparan materi berisi softskill yang membantu para pebisnis melakukan kegiatan pemasaran dengan teknologi yang baru , serta peserta dapat memahami konsep dan maksud tujuan diadakannya penyuluhan tersebut dalam berkomunikasi , berinteraksi , dan mudah melihat banyak peluang , karna pada dasarnya dalam melakukan hal apapun dalam etika dan gaya berbicara sangat berpengaruh dalam kesan pertama dalam produsen dan konsumen . Menberikan contoh Sebagai salah satu metode bisnis kekinian dan paling modern, e-commerce tentu memiliki beragam manfaat dan kelebihan yang tidak ditemukan dalam bisnis model lainnya. Manfaat e-commerce antara lain: Sebagai salah satu metode bisnis kekinian dan paling modern, e-commerce tentu memiliki beragam manfaat dan kelebihan yang tidak ditemukan dalam bisnis model lainnya.



Gambar 1 . Panitia Kegiatan penyuluhan Teknologi e-Comerce

Dalam sesi terakhir melakukan penutupan penyuluhan dampak teknologi e-commerce dalam perkembangan umkm street food dirawamangun yang sudah didengar oleh peserta bertujuan untuk mencari peluang dengan macam teknologi e-commerce ini agar lebih meingkatkan kreatifitas dalam melakukan hal bisnis karna mencakup dari hal etika bisnis, hukum bisnis dan juga karakter seorang pebisnis.

Penyuluhan dampak teknologi e-commerce dalam perkembangan umkm street food dirawamangun yang sudah dilakukan dijelaskan oleh rekan bertujuan untuk meningkatkan proses berfikir mencari luang dalam berbisnis menggunakan teknologi e-commerce tersebut kemampuan komunikasi, karakteristik penjual serta, kecerdasan sosial yang melekat, serta kemampuan beradaptasi dengan baik di dalam berbisnis untuk mencari peluang telah dipaparkan pada materi tersebut , agar perkembangan umkm di rawamangun semakin maju dengan signifikan dengan diperkenalkannya e-commerce tersebut, tidak hanya platform tetapi sikap dan karakteristik penjual dibutuhkan dalam melakukan pemasaran.

KESIMPULAN

Penyuluhan diberikan kepada UMKM untuk meningkatkan akses pasar untuk menjangkau konsumen lebih luas melalui platform online, menggunakan teknologi e-commerce untuk mengelola pesanan, pembayaran, melakukan pengembangan merek dan pemasaran tujuannya agar membangun kehadiran online yang kuat melalui platform e-commerce dan media sosial dalam rantai pasokan terkait melalui platform e-commerce, untuk saling mendukung pertumbuhan dan inovasi. Peningkatan perilaku Konsumen semakin mengutamakan kepuasan dan kecepatan layanan. Peran keseluruhan dalam ekonomi: E-Commerce menjadi salah satu pilar penting dalam ekonomi global, membantu pengembangan bisnis kecil, menengah, dan besar, Inovasi dan inovasi

DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, D. (2000). Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(3): 388 – 395.
- Chevalier, J.M., et.al (2013) *Participatory Action Research: Theory and Methods for Engaged Inquiry*, Routledge UK. ISBN 978-0415540315.
- Evans, R. R. J. (2017). Audit Quality and Audit Report Lag: Case of Indonesian Listed Companies. *Asian Review of Accounting*, Vol.25 (2), 1-30.
- Dessler, Gary. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Indeks.
- Haholongan, Rutinaias. (2021), *Pemasaran Global*. Yayasan Barcode
- Kaplan, A.M dan Haenlein, M. (2012). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59 – 68.
- Kozinets, R. V., De Valck, K., Wojnicki, A. C., dan Wilner, S. J. (2010). Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities. *Journal of marketing*, 74(2), 71-89.
- Laudon, K.C. (2008). *E-Commerce: Business Technology, Society* 13 th. United Kingdom: Pearson.
- R Haholongan, E Elvira, UN Kholifah, (2023) Strategi perusahaan untuk meningkatkan karir karyawan: manajemen pengetahuan, persepsi keterampilan, persepsi sikap, dan motivasi kerja. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen* 19 (2), 349-358
- R Haholongan, R Maronrong, A Burda, J Hariyanto, DS Sampurna.(2023). Pelatihan Internal Auditor ISO 9001:2015 Pada karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa* 4 (1), 717-724

- Rutinaias Haholongan, SR Ramadhina, Z Andrea. (2023). Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva Bagi OSIS SMPN 188 Jakarta . *Jurnal Pengabdian Mandiri* 2 (1), 93-98
- Shaw, M., Blanning, R., Strader, T., & Whinston, A. (Eds.). (2012). *Handbook on electronic commerce*. Springer Science & Business Media.
- Soekaryo. (2011). *Peningkatan Ekonomi Kerakyatan Melalui Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan & Pariwisata, 129 pp.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Warkentin, M., & Chung, M. H. (2006). *E-commerce: A managerial perspective*. Low Price Edition, 180-183.