

## PELATIHAN PEMBUATAN TOKO ONLINE BAGI MASYARAKAT DESA PANTAI MEKAR KECAMATAN MUARA GEMBONG KABUPATEN BEKASI JAWA BARAT

Nur Hanifah Yuninda, Suyitno Muslim, Irfan Setiawan, Aaliyah Rihhadatul 'Aisy Azzahra  
Universitas Negeri Jakarta  
[hanifah@unj.ac.id](mailto:hanifah@unj.ac.id)

### Abstract

*The Online Store Creation Training was conducted in Pantai Mekar Village, Muara Gembong District, Bekasi Regency, West Java Province in the realization of one of the tasks of the Electrical Engineering Education Study Program, Faculty of Engineering, State University of Jakarta in the field of Community Service (PkM). This activity is one of the programs that is given continuously every year to community members in the target areas as part of applying knowledge in the community. In the first year, Pantai Mekar Village, Muara Gembong District, Bekasi Regency, West Java Province, training was provided on Online Store Creation, the second year was Online Store Financial Transactions and the third year was assistance for online-based business establishment. The methods used in this activity include lectures, questions and answers, demonstrations and practice. The training participants are the community with a total of 20 participants. The training materials provided include (1) the basic principles of conventional and digital marketing, (2) knowing the types of buying and selling online, (3) knowing things that need to be prepared in an online business, (4) creating an online store account, (5) online transaction management. The training activity was carried out on June 23, 2022. The results of the training showed that the level of understanding of the people of Pantai Mekar Village, Muara Gembong District, Bekasi Regency, West Java, about online shops after the training had increased by 42.61%.*

**Keywords:** marketplace; online shop; online marketing

### Abstrak

Pelatihan Pembuatan Toko Online dilakukan di Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat dalam perwujudan salah satu tugas Program Studi Pendidikan Teknik Elektro Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta dalam bidang Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Kegiatan ini merupakan salah satu program yang diberikan secara berkesinambungan setiap tahunnya pada warga masyarakat di daerah binaan sebagai bagian pengamplikian ilmu pengetahuan di masyarakat. Pada tahun pertama Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat diberikan pelatihan tentang Pembuatan Toko Online, tahun kedua Transaksi Keuangan Toko Online dan tahun ketiga pendampingan pendirian usaha berbasis online. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi ceramah, tanya jawab, demonstrasi dan praktik. Peserta pelatihan adalah masyarakat dengan jumlah peserta 20 orang. Materi pelatihan yang diberikan meliputi (1) prinsip-prinsip dasar pemasaran konvensional dan digital, (2) mengenal jenis-jenis jual beli online, (3) mengetahui hal-hal yang perlu disiapkan dalam bisnis online, (4) membuat akun toko online, (5) manajemen transaksi online. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2022. Hasil pelatihan menunjukkan tingkat pemahaman masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat tentang toko online setelah pelatihan mengalami peningkatan sebesar 42,61%.

**Kata Kunci:** lokapasar; toko online; pemasaran online

### 1. PENDAHULUAN (*Introduction*)

Pantai Mekar adalah desa di Kecamatan Muara Gembong, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia. Letak pantai mekar yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa, menyebabkan sebagian besar penduduk yang tinggal di Desa Pantai Mekar adalah nelayan. Desa Pantai Mekar mempunyai jumlah penduduk 7.369 Jiwa, 1872 KK, yang terbagi dalam 4 (empat)

Dusun. Jumlah Penduduk Laki- laki adalah 3825 jiwa dan penduduk Perempuan adalah 3544 jiwa.

Desa Pantai Mekar memiliki luas wilayah 1.457,385 ha. dengan Jumlah penduduk 9.268 Jiwa. Batasan wilayah Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pantai Sedrehana, Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Jayasakti, Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Pantai Harapan Jaya, dan Sebelah Barat berbatasan dengan Laut Jawa. Geografis Desa Pantai Mekar Berada pada posisi 107° 10" BT dan 6° 11" LS, dan berada di ketinggian 0-5 meter di atas permukaan laut umumnya merupakan Daerah Agraris Pertanian Suhu rata-rata harian di daerah desa adalah 32°C Iklim Desa Pantai Mekar sebagaimana Desa-desa lain di wilayah Indonesia dalam wilayah Tropis mempunyai Iklim kemarau dan penghujan, hal tersebut mempunyai pengaruh langsung terhadap pola tanam yang ada di Desa Pantai Mekar Kecamatan Muaragembong Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat Iklim suatu Daerah sangat berpengaruh dalam kehidupan utamanya dalam pertumbuhan tanaman dan kelangsungan hidup binatang ternak. Selain itu kondisi Geografis Desa Pantai Mekar Umumnya merupakan Daerah Agraris Pertanian.

Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi merupakan salah satu destinasi wisata di Provinsi Jawa Barat yang telah sejak lama dikenal, seperti Pantai Muara Gembong, Pantai Mekar, Pantai Muara Bendera serta Pantai Muara Beting. Banyak kesempatan dan peluang yang ada untuk berbisnis baik di bidang produk maupun jasa, namun tidak semua masyarakat Kecamatan Muara Gembong dapat memanfaatkan peluang tersebut. Salah satu penyebabnya adalah lemahnya kemampuan dan pengetahuan masyarakat dalam hal memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) dalam melakukan pemasaran dan penjualan secara online atau yang dikenal dengan istilah toko *online* (*e-commerce*).

Padahal, pertumbuhan toko *online* saat ini telah menunjukkan angka yang signifikan. Dengan jumlah pengguna internet yang mencapai angka 82 juta orang pada tahun 2015 atau sekitar 30% dari total penduduk di Indonesia, toko *online* dapat menjadi sebuah potensi emas jika dimanfaatkan dengan baik. Data Menkominfo menyebutkan bahwa nilai transaksi toko online pada tahun 2013 telah mencapai Rp130 triliun. Sementara itu, pada tahun 2012, suatu perusahaan toko *online* di Indonesia mencatat bahwa 41% penjualan mereka berasal dari Jakarta, tapi enam bulan selanjutnya angka ini turun menjadi 22%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya berasal dari Jakarta namun juga dari luar Jakarta.

Di sisi lain, Matthew Driver, presiden MasterCard untuk wilayah Asia Tenggara, menyatakan bahwa Indonesia adalah salah satu negara dengan pertumbuhan pasar toko *online* yang terbesar di Asia-Pacific. Potensi pada tahun 2015 mencapai US\$ 3,56 billion dan naik menjadi US\$ 4,89 billion pada tahun 2016. Sebuah Potensi yang sangat menjanjikan.

Dengan demikian, berdasarkan kegunaan tersebut, toko *online* merupakan hal yang penting dalam proses penjualan dan pengenalan produk, kemudahan mendapatkan informasi dari produk yang ditawarkan. Dengan metode *online*, penawaran dan pendataan barang yang terjual akan menjadi lebih cepat, mudah dan rapi.

Todaro (2000) menyatakan bahwa pada umumnya sektor informal memiliki beberapa karakteristik diantaranya banyaknya variasi bidang kegiatan produksi barang dan/atau jasa, skala usaha yang kecil, kepemilikan unit-unit produksinya secara perorangan atau keluarga, menggunakan tenaga kerja atau padat karya, dan teknologi yang digunakan relatif sederhana.

Berdasarkan atas kajian tersebut, sebagai langkah awal adalah akan dilakukan pelatihan pembuatan toko online sebagai media promosi dan bisnis internet di era globalisasi bagi masyarakat di Kecamatan Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat.

Sebagai salah satu desa nelayan di kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi, Desa Pantai Mekar menghasilkan banyak olahan berbahan dasar ikan, namun umumnya masyarakat hanya mengandalkan pada pedagang dan wisatawan yang datang. Banyak hasil karya masyarakat Desa yang terkendala dalam memasarkan produk mereka, sehingga munculah permasalahan yaitu: (1) mengetahui sejauh mana pengetahuan masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat tentang toko *online* setelah pelatihan?; (2) mengevaluasi kualitas toko *online* yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat setelah pelatihan?; dan (3) mengevaluasi tingkat pemahaman pengelolaan toko *online* masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat setelah pelatihan?.

## 2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)

Solusi pemecahan masalah dalam meningkatkan pemasaran produk masyarakat setempat untuk menaikkan taraf ekonomi masyarakat yaitu mengajarkan kepada masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat tentang toko *online* guna memasarkan produk mereka di pasar global.

Kegiatan pelaksanaan Pengabdian Pada masyarakat ini dimulai dengan melakukan penjangkaran peserta dari masyarakat di Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat. Selanjutnya peserta diberikan pelatihan dengan materi meliputi: (1) prinsip-prinsip dasar pemasaran konvensional dan digital; (2) mengenal jenis-jenis jual beli *online*; (3) hal-hal yang perlu disiapkan dalam bisnis *online*; (4) cara membuat akun dan mendaftarkan toko *online*; (5) pembuatan akun dan toko *online* langsung melalui internet; (6) manajemen transaksi *online*.

## 3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pelatihan terstruktur. Maksud dari metode ini adalah metode ceramah, demonstrasi, diskusi-informasi dan dilanjutkan pelatihan secara langsung dengan jaringan internet. Materi ceramah dan diskusi informasi dimaksudkan memberikan pengetahuan wawasan tentang internet serta peluang bisnis internet. Di samping itu, ceramah dan diskusi tentang peranan toko *online*, langkah-langkah pembuatan toko *online* dan cara mendaftarkan toko *online*. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan toko *online* langsung melalui internet. Agar dapat membuat konten toko *online* yang menarik, pada kegiatan tersebut juga diperkenalkan bahasa pemrograman yang digunakan untuk membuat toko *online*.

Adapun persiapan sebelum pelatihan antara lain, studi kasus permasalahan masyarakat setempat tentang memasarkan produk lokal mereka dan minat memiliki toko *online*, pembuatan materi pelatihan, penentuan sasaran peserta pelatihan, pembuatan anggaran belanja pelatihan, dan pembuatan instrumen pre-tes dan pos-tes.

Keempat metode yang digunakan dalam pelatihan antarlain: (1) Metode Ceramah, digunakan pada awal kegiatan dengan terlebih dahulu peserta P2M diberi kajian teori pendukung terkait dengan Prinsip-prinsip dasar pemasaran konvensional dan digital, Mengenal jenis-jenis jual beli *online*, Hal-hal yang perlu disiapkan dalam bisnis *online*, langkah-langkah pembuatan akun dan mendaftarkan toko *online* serta manajemen transaksi *online*; (2) Metode Demonstrasi/ peragaan, dilakukan setelah peserta diberi kajian teori, kemudian dilanjutkan dengan demonstrasi pembuatan akun, pendaftaran toko online serta transaksi *online*; (3) Metode Diskusi/tanya jawab, digunakan setelah peserta diberi penjelasan teori serta mendemonstrasi agar peserta yang belum dapat memahami dan masih ada keraguan dapat melakukan diskusi/tanya jawab; (4) Metode ketrampilan praktik/Psikomotorik, dilakukan pada akhir kegiatan, peserta mencoba sendiri membuat akun, mendaftarkan toko *online* serta transaksi *online*.



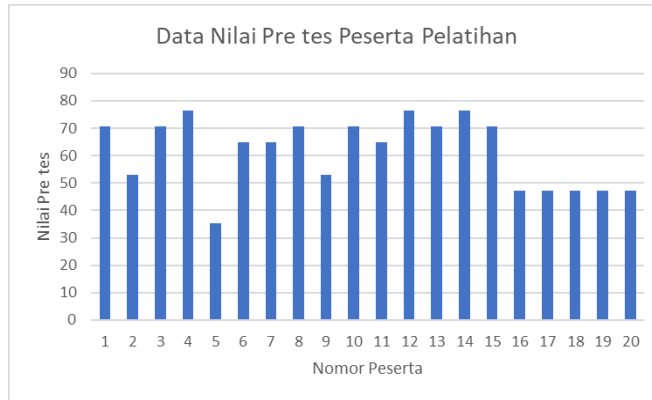
Gambar 1. Dokumentasi pelatihan

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)

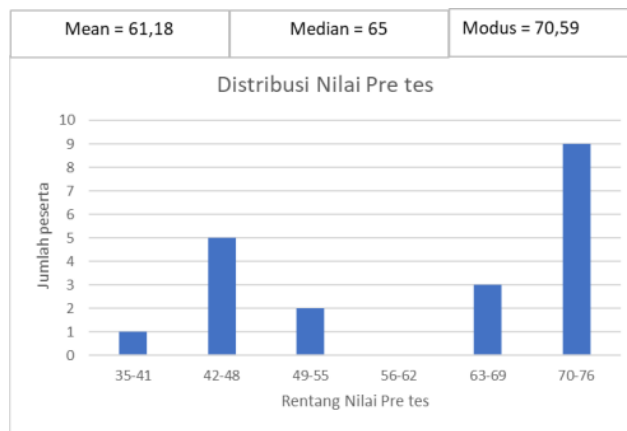
Hasil data *pre-test* sebelum pemaparan materi pelatihan pembuatan toko *online* terhadap peserta yang berjumlah 20 orang masyarakat, dari grafik pada gambar 2 dapat dilihat kondisi awal sebelum pemberian materi diperoleh hasil sebagai berikut, yaitu banyak peserta yang mendapatkan nilai maksimal 65 berjumlah 11 orang, dengan nilai tertinggi sebesar 76 dan hanya 3 peserta yang memperoleh nilai maksimal sedangkan nilai terendah adalah 35 yang didapatkan oleh 1 peserta. Nilai paling banyak yang diperoleh sebesar 70,59 dan rata-rata kelas sebesar 61,18 seperti pada gambar 3.

Hasil data *post-test* setelah pelatihan pembuatan toko *online* terhadap peserta yang berjumlah 20 orang masyarakat, dari grafik pada gambar 4 dapat dilihat kondisi tingkat pemahaman peserta melesat naik, yaitu dengan nilai tertinggi sebesar 95 diperoleh 5 peserta dan hanya 1 peserta yang memperoleh nilai terendah 50. Pada gambar 5, nilai rata-rata *post test* sebesar 87,25, dengan kata lain nilai rata-rata mengalami peningkatan sebesar 42,61%, dengan nilai terbanyak yang diperoleh adalah 90.

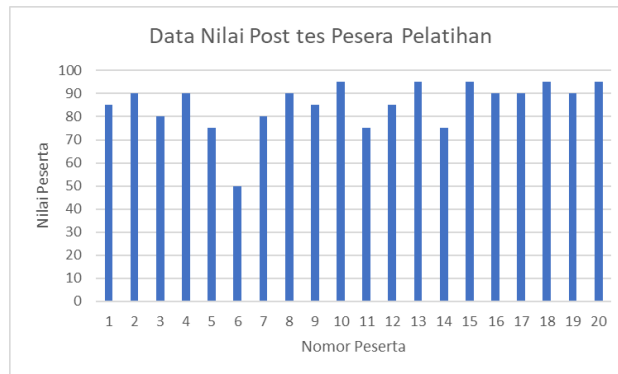
Setelah pelatihan, nilai terendah yang diperoleh peserta naik sebesar 42,86% dan nilai tertinggi juga mengalami kenaikan sebesar 25%



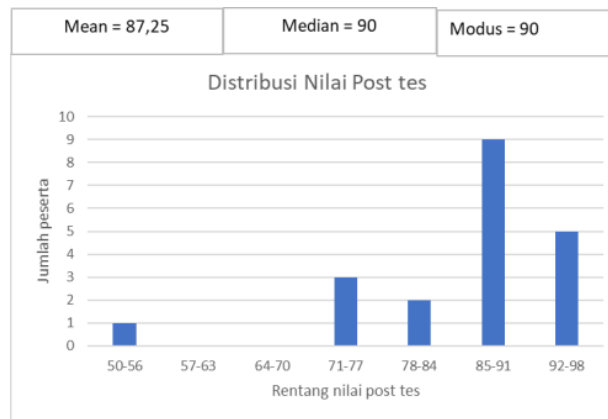
Gambar 2. Nilai *pre-test* peserta pelatihan



Gambar 3. Distribusi nilai *pre-test*



Gambar 4. Nilai *post-test* peserta pelatihan



Gambar 5. Distribusi nilai *post-test*

Dari tabel 2, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 19 dari 20 peserta (sebanyak 95% peserta) mendapatkan nilai di atas 70, berbeda sekali dengan sebelum pelatihan (dapat dilihat pada tabel 1), justru paling banyak mendapatkan nilai di bawah 70 yaitu sebesar 55% dan hanya 45% berada di atas nilai 70, itupun paling besar nilai yang diperoleh adalah 76.

Tabel 1. Distribusi Nilai *Pre-tes*

Nilai	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1 35-41	1	5
2 42-48	5	25
3 49-55	2	10
4 56-62	0	0
5 63-69	3	15
6 70-76	9	45

Tabel 2. Distribusi Nilai *Post-tes*

No	Nilai	Frekuensi (f)	Persentase
1	50-56	1	5
2	57-63	0	0
3	64-70	0	0
4	71-77	3	15
5	78-84	2	10
6	85-91	9	45
7	92-98	5	25

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN (*Conclusions*)

Dari hasil pelatihan yang diperoleh dan dianalisa maka disimpulkan bahwa:

1. Tingkat pemahaman masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat tentang toko *online* setelah pelatihan mengalami peningkatan sebesar 42,61%.
2. Pemahaman masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat tentang pembuatan toko *online* setelah pelatihan juga meningkat yaitu dengan kemampuannya membuat akun dan toko *online* melalui *marketplace* Tokopedia dan Shopee.
3. Masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat setelah mendapatkan pelatihan dapat membuat toko *online* dengan tampilan yang menarik, serta dapat mengelola toko *online* termasuk mengelola transaksi *online* yang terjadi.
4. Tingkat pemahaman pengelolaan toko online masyarakat Desa Pantai Mekar Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Jawa Barat setelah pelatihan dapat dikatakan cukup

baik, hal ini terlihat dari tampilan dan transaksi yang menarik yang ditawarkan seperti *discount* promo atau harga pembelian dengan dalam jumlah kelompok dengan harga yang kompetitif.

5. Masyarakat setempat sangat mengapresiasi pelatihan pembuatan toko *online* yang telah diberikan, dan berharap ke depannya mereka memiliki *platform* marketplace sendiri yang di dalamnya berisi toko *online* yang dimiliki khusus masyarakat setempat saja, dan dikelola oleh karang taruna setempat namun dapat memiliki pasar/konsumen hingga ke seluruh daerah di Indonesia.

Setelah pelatihan, ada beberapa hal yang dapat diberikan sebagai masukan dan diharapkan dapat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat wilayah setempat, antara lain :

1. Ciri khas suatu daerah sangat penting dalam mewakili identitas suatu wilayah, karena selain dapat menarik pembeli dengan cepat dalam mesin pencarian *marketplace*, juga dapat menaikkan perekonomian masyarakat setempat lebih menyeluruh. Jadi, sebaiknya masyarakat setempat dapat membuat toko *online* yang menjual hasil sumber daya hayati setempat, yaitu hasil perikanan.

Karang taruna sebagai generasi muda wilayah setempat, dapat melakukan pendampingan bagi masyarakat setempat untuk dapat membuat dan mengelola toko *online* yang dapat menjual hasil melaut masyarakat setempat sehingga dapat meningkatkan taraf hidup mereka.

## 6. DAFTAR PUSTAKA (*References*)

- Alameer, 2014. Building and Developing E-Commerce Website. International Journal of Science, 3(9), 1419-1425. Karbala University.
- Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018
- Bank Indonesia. 2018. Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia (SEKI), 19(10). Bank Indonesia. Jakarta.
- Chakti AG. 2019. The Book of Digital Marketing. Celebes Media Perkasa. Google&Temasek. 2018. e-Conomy SEA 2018.
- Goenawan, Ivan, and Widawati, Enny. 2021. Implementasi Digital Marketing Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Pong's (Studi Kasus: Desa Ponggang). Prosiding Seminar Nasional Riset dan Teknologi Terapan (Ritektra).
- Hestanto. (2016), Teori Online Shop Menurut Beberapa Ahli. <https://www.hestanto.web.id/online-shop>, diakses 11 Juni 2022.
- Irawati, Rina, and Prasteyo B, Irawan. 2021. Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minumandi Malang). Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 6(2), 114-133.
- Permana, Andrian. 2020. Perkembangan Bisnis Online di Indonesia. <https://seoanaksholeh.com/perkembangan-bisnis-online-di-indonesia>, diakses 11 Juni 2022.

- Tugiso, Ilham, Haryono T, Andi, & Minarsih M, Magdalena. 2016. Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Onlineshop “Numira” Semarang. *Journal of Management*, 2(2), 1-18.
- Wahyuni, Nuraida, Mutaqin IS, Ade, & Gunawan, Akbar. 2018. Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku Ukm Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 5(1).
- Zorzono, Cataline. 2013. The Ultimate Epic Guide To Create a Succesful Online Business. <https://ecommerce-platforms.com/wp-content/uploads/2015/04/The-Ultimate-Guide-To-Create-a-Succesful-Online-Business.pdf>, diakses 11 Juni 2022.