



# PELATIHAN PEMANFAATAN INTERNET DIBIDANG E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KEAHLIAN SDM KOMUNITAS WISATA BALUWARTI SOLO

**Dr. RR. Erna Sadiarti Budiningtyas, S. Sos., M. Sc<sup>1</sup>, Zayid Musiafa, S. Kom., M. Kom.<sup>2</sup>,**

**Vivi Monita, S. T., M. T<sup>3</sup>, Tutus Praningki, S. Kom., M. Kom<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>D3 Bahasa Inggris, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Pignatelli Triputra

<sup>2</sup>S1 Rekayasa Perangkat Lunak, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pignatelli Triputra

<sup>3</sup>4S1 Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pignatelli Triputra

email: <sup>1</sup>erna\_budiningtyas@upitra.ac.id, <sup>2</sup>zayidmusiafa.fti@gmail.com, <sup>3</sup>vivimonita@upitra.ac.id,

<sup>4</sup>Praningki86@gmail.com

## ABSTRAK

Komunitas Wisata Baluwarti merupakan salah satu komunitas yang bergerak di bidang pariwisata, jasa spa terapis, jamu herbal, kuliner, dan tekstil-fashion. Komunitas ini memiliki potensi untuk memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran maupun penjualan. Namun, Komunitas Wisata Baluwarti belum memanfaatkan e-commerce dalam pemasarannya.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan SDM Komunitas Wisata Baluwarti dalam memasarkan produknya melalui e-commerce. Kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pendampingan, dan tahap evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa anggota Komunitas Wisata Baluwarti mengalami peningkatan keterampilan dalam bidang teknologi berbasis digital, khususnya dalam penggunaan e-commerce. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil membangun kemitraan antara Komunitas Wisata Baluwarti dengan Kampus UPITRA. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuannya. Kegiatan ini telah meningkatkan keterampilan SDM Komunitas Wisata Baluwarti dalam memasarkan produknya melalui e-commerce, membangun kemitraan, dan berkelanjutan.

**Kata kunci: pengabdian kepada masyarakat, e-commerce, Komunitas Wisata Baluwarti**

## 1. Pendahuluan

Komunitas Wisata Baluwarti selaku koordinator; Valents Carollina. Y. A, S. Sos., Sekertaris; Ishak Wahyudi, Bendahara; Pius Hantoro, anggota; Noor Masita, Elizabeth, Ika Puspitasari, Susi Handayaani, dan Maya Damayanti. Komunitas ini beralamat di Carangan RT 1 RW 9 Baluwarti Solo memiliki potensi untuk memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran maupun penjualan dalam usaha layanan Komunitas Wisata Baluwarti khususnya bergerak di bidang pariwisata, jasa spa terapis, jamu herbal, kuliner, dan tekstil-fashion. Pemanfaatan TI khususnya *e-commerce* dalam memperluas pangsa pasar sangat dibutuhkan sehingga masyarakat Solo khususnya mampu bersaing dalam bisnis global saat ini. Dengan memanfaatkan *e-commerce* promosi dan penjualan dapat dilakukan keseluruh dunia tanpa batasan waktu dan dengan biaya yang sangat rendah daripada promosi secara konvensional sehingga penawaran produk/jasa dapat dilakukan sebelum wisatawan datang. Selain itu *e-commerce* juga dapat menciptakan peluang bisnis baru yang selama ini belum banyak dilakukan, seperti penjualan produk secara online ke seluruh dunia tanpa harus memiliki produk maupun toko sendiri terlebih dahulu.

Masalah prioritas mitra, yaitu berhubungan dengan *e-commerce*. Masalah yang timbul dari bidang sistem informasi adalah adalah belum adanya *e-commerce* yang dipakai oleh Komunitas Wisata Baluwarti saat ini. *E-commerce* menjadi salah satu instrumen perluasan pasar di era teknologi digital seperti saat ini.

Secara umum pengabdian ini bertujuan untuk menguatkan daya saing melalui perluasan pasar bagi Komunitas Wisata Baluwarti. Secara khusus kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan keterampilan SDM Komunitas Wisata Baluwarti dalam memasarkan produknya melalui

*e-commerce*.

2. Membangun kemitraan antara Komunitas Wisata Baluwarti dengan Kampus UPITRA.

## 2. Metode

Metode pengabdian dilakukan dengan memberikan pendampingan strategi perluasan pasar melalui implementasi *e-commerce*. Proses pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Metode PkM  
(sumber: diolah penulis, 2023)

Berikut penjelasan tahapan kegiatan pengabdian:

1. Tahap Persiapan Pada tahap ini, akan dilakukan koordinasi, persiapan materi dan teknis pelatihan, serta permohonan izin mengadakan kegiatan di mitra.
2. Tahap Pendampingan merupakan kegiatan inti dari pengabdian ini. Tim PKM akan mendampingi Komunitas Wisata Baluwarti untuk menggunakan *e-commerce*. Beberapa tahap yang dilakukan;
3. Memberikan pemahaman mengenai urgensi *e-commerce* bagi perluasan pasar,
4. Memperkenalkan berbagai macam platform *e-commerce* beserta fungsinya masing-masing,
5. Pembuatan akun pada platform *e-commerce* (TikTok Shop/Shopee/Tokopedia, dsb.),
6. Pelatihan foto produk, dan strategi marketing dalam *e-commerce*.

### Tindak Lanjut Program

Tindak lanjut program penting dilakukan agar program dapat terus berlanjut sehingga manfaat pengabdian ini dapat dirasakan terus oleh Komunitas Wisata Baluwarti. Pada kegiatan pengabdian ini melibatkan Komunitas Wisata Baluwarti, sebagai upaya mendorong dikenalnya produk olahan Komunitas Wisata Baluwarti secara luas oleh masyarakat. Pelibatan Komunitas Wisata Baluwarti diharapkan mampu menciptakan iklim yang kondusif untuk meningkatkan daya saing produk dari Komunitas Wisata Baluwarti. Sedangkan, pemberian wawasan kepada Komunitas Wisata Baluwarti diharapkan nantinya tercipta regenerasi yang peduli akan peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui *e-commerce* dan kemitraan untuk peningkatan daya saing.

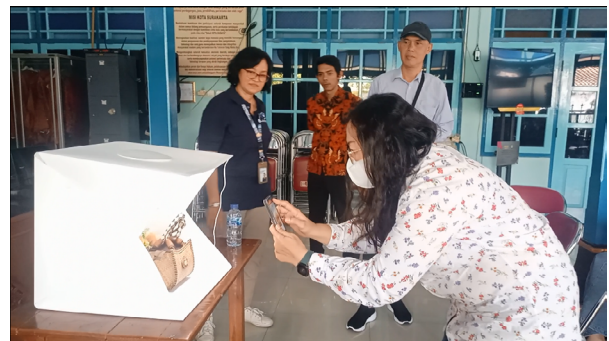
### 3. Hasil dan Pembahasan

Sasaran pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Komunitas Wisata Baluwarti dilaksanakan pada tanggal 25 Agustus 2023 sampai dengan tanggal 27 Agustus 2023.

1. Memberikan materi berupa pengetahuan tentang perkembangan internet dan peluang yang ada akibat kemajuan internet yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang *e-commerce*.
2. Memaparkan contoh-contoh pemasaran maupun penjualan yang sukses dengan memanfaatkan internet khususnya *e-commerce* sehingga hal ini dapat menjadi contoh usaha dan dapat menjadi perangsang untuk melakukan bisnis melalui internet khususnya *e-commerce*.
3. Memberikan panduan teknik/cara melakukan pemasaran melalui internet khususnya *e-commerce*.
4. Memberikan kesempatan kepada peserta pelatihan untuk mengaplikasikan dan bertanya mengenai hal-hal yang belum jelas selama pemaparan materi sehingga peserta makin paham dan mengerti tentang materi yang telah disampaikan.



Gambar 2. Kegiatan Tim PkM UPITRA bersama komunitas(sumber: diolah penulis, 2023)



Gambar 3. Pendampingan Foto Produk\_2 (sumber: diolah penulis, 2023)



Gambar 3. Penyerahan FotoBox Oleh Tim PkM UPITRA kepada Perwakilan Komunitas Baluwarti (sumber: diolah penulis, 2023)

Rencana evaluasi pelaksanaan program dilakukan dalam tiga tahap sebagai berikut:

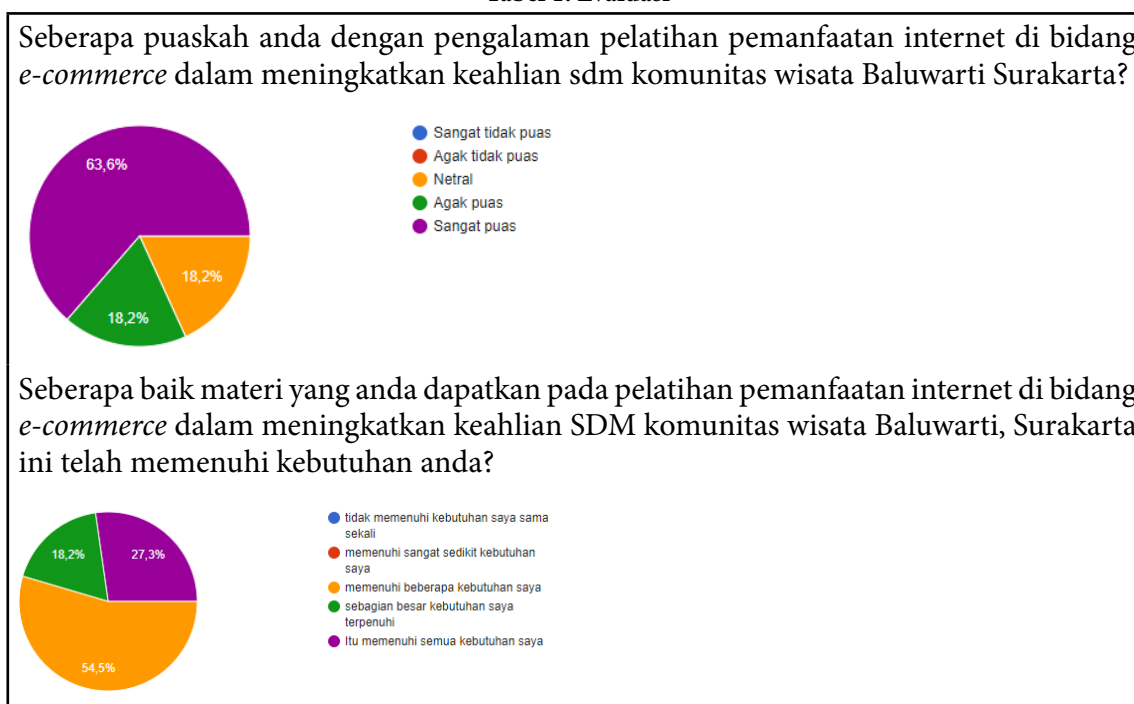
1. Tahap sebelum implementasi. pada tahap ini, evaluasi dilakukan dengan mencari informasi mengenai kegiatan apa saja yang telah dilakukan Komunitas Wisata

- Baluwarti untuk memperluas pasar. Termasuk mengevaluasi penggunaan *e-commerce* yang telah dilakukan Komunitas Wisata Baluwarti.
2. Tahap implementasi. Pada tahap implementasi, evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra saat pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan diskusi mendalam terkait kuesioner yang telah diisi oleh mitra. Pada tahap ini, dilakukan identifikasi capaian keberhasilan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan *e-commerce* dan kemitraan, melalui indikator yang telah dibuat.
  3. Tahap setelah implementasi. Pada tahap terakhir, akan dilakukan pemantauan keberlanjutan pemasaran melalui *e-commerce*, memantau jumlah *followers*, rating dan peningkatan jumlah pembeli.

Evaluasi kemitraan dilakukan dengan memantau keberlanjutan kemitraan, dengan menghitung jumlah produk yang dijual dan jumlah produk yang terjual. Selain itu juga akan dievaluasi keberlanjutan program.

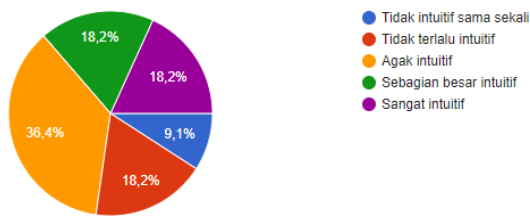
Hasil yang didapat setelah terlaksananya kegiatan ini adalah anggota Komunitas Wisata Baluwarti mulai mengerti mengenai manfaat pemasaran melalui *e-commerce/* media digital sebagai media promosi yang efektif di era digital saat ini dirasakan agar mereka bisa mengelola lebih lanjut. Berikut menggunakan skala likert untuk meneliti persepsi, kondisi sosial, dan sikap, dipakai untuk riset berupa survei dalam angket. Respon tersebut dikumpulkan untuk memberi indikasi suka diberi skor tertinggi. Ada pilihan angka 1 sampai 5 untuk skor tertinggi atau terendah.

Tabel 1. Evaluasi





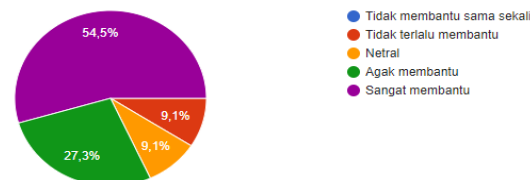
Seberapa intuitif anda menggunakan aplikasi *e commerce*?



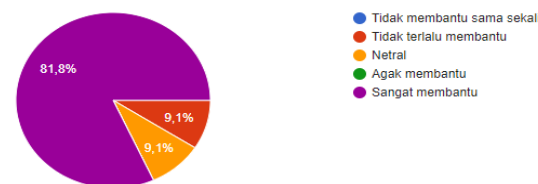
Seberapa puasakah anda dengan materi pelatihan: pemasaran pariwisata?



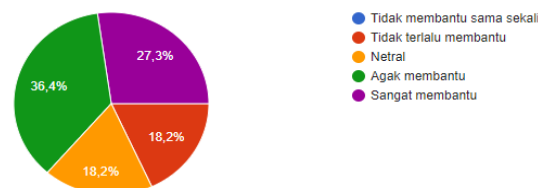
Seberapa puasakah anda dengan materi pelatihan: digitalisasi, kemasan dan *labelling*?



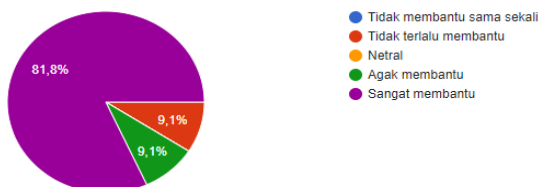
Seberapa puasakah anda dengan materi pelatihan: foto produk dan foto menggunakan fotobox?



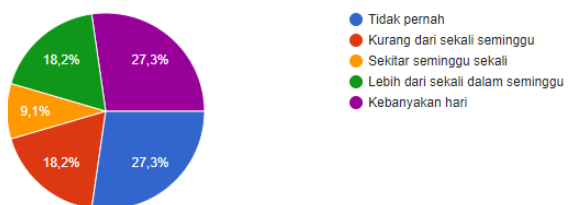
Seberapa puasakah anda dengan materi pelatihan: pembuatan shopee akun/*marketplace*?



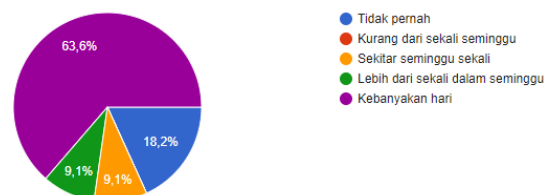
Sejauh mana tim PkM kami memenuhi harapan anda?



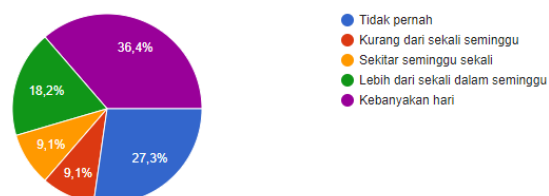
Dalam beberapa hari terakhir, seberapa sering anda melakukan penawaran pariwisata kepada khalayak umum/masyarakat?



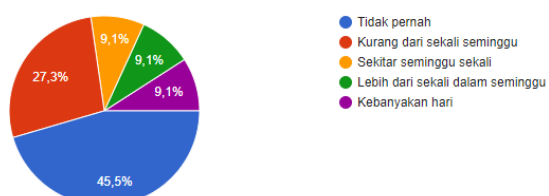
Dalam beberapa hari terakhir, seberapa sering anda melakukan digitalisasi, kemasan dan labelling untuk produk anda?



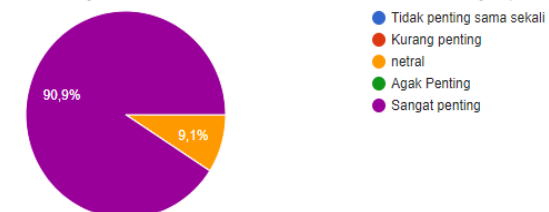
Dalam beberapa hari terakhir, seberapa sering anda melakukan kegiatan pengambilan foto untuk produk anda?



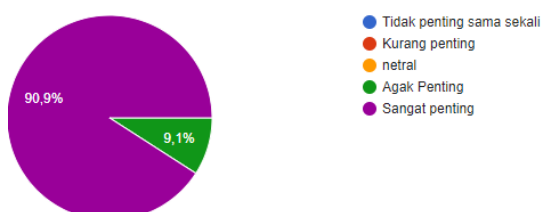
Dalam beberapa hari terakhir, seberapa sering anda melakukan kegiatan transaksi dan update produk pada shopee akun/marketplace toko anda?



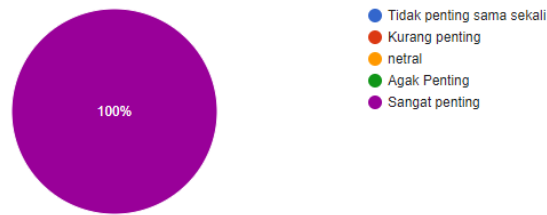
Tolong beri tahu kami betapa pentingnya keterampilan foto produk bagi anda?



Tolong beri tahu kami betapa pentingnya marketplace/online shop bagi anda?



Tolong beri tahu kami betapa pentingnya keahlian desain kemasan, mendigitalisasi produk bagi anda?



#### 4. Simpulan

Kesimpulan yang didapat dalam penelitian kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan mengenai keterampilan SDM Komunitas Wisata Baluwarti dalam memasarkan produknya melalui *e-commerce* mengalami peningkatan keterampilan dalam bidang teknologi berbasis digital, membangun kemitraan antara Komunitas Wisata Baluwarti dengan Kampus UPITRA serta berkelanjutan dengan dibuatkan sebuah wadah aplikasi web yang memudahkan dalam melakukan penjualan produk/jasa dan promosi.

#### 5. Persantunan

Dengan tulus, kami Tim Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan terima kasih kepada UPITRA, pemberi dana utama, serta Komunitas Wisata Baluwarti Surakarta sebagai mitra kami. Kerjasama ini berdampak penting dalam suksesnya program pengabdian kami pada tahapan tindak lanjut PkM. Dukungan finansial dari UPITRA, bersama dengan dedikasi Komunitas Wisata Baluwarti, telah membentuk keberhasilan PkM ini kolaborasi ini terus berbuah prestasi positif.

#### 6. Referensi

- 1999, P. P.-u. (1999). *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Dan Iklan Pangan*. Indonesia, Pemerintah Pusat.
- Hera Febria Mavilinda, A. N. (2021). Peningkatan Daya Saing Umkm di Era New Normal Melalui Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. UK: Penguin UK; 2nd edition.
- Kaihatu, T. (2014). *Manajemen Pengemasan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. ISBN: 979-605-954-1. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- RR Erna Sadiarti Budiningtyas, & H. M. Sirod (2021). Peluang dan Tantangan Pengembangan Pariwisata di Kawasan Cagar Budaya Keraton Kasunanan Surakarta. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 7-15.
- Sabar Rudiarto, S. D. (2022). Marketplace Shopee Sebagai Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Promosi Penjualan Bagi UMKM Di Kecamatan Kembangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional (PEMANAS)*.
- Sari, V. N. (2022). DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM. *Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura*.

Sulthan Auliya' Zhafran Fadhillah, I. S. (2023). Penerapan Studio Photo Box Untuk Meningkatkan Kualitas Foto Produk dalam Pemasaran Digital UMKM Kelurahan Semolowaru. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 67-76.

Widyamurti, N. (2018). PEMASARAN PARIWISATA MELALUI KEMASAN PRODUK UKM STANDING POUCH BERBAHAN PAPER METAL DI ERA EKONOMI KREATIF. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*.