

**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN MENGGUNAKAN *E-COMMERCE* PADA
KARANG TARUNA DESA BANGUN SARI KECAMATAN BEKRI
KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**

Kharisma Idola Arga¹, Nurdin Hidayat², Lupita³, Ajeng Vinasti⁴
¹²³⁴STKIP PGRI Bandar Lampung.

¹idolarga@gmail.com, ²nurdinstkipgribl@gmail.com, ³lupita@gmail.com,
⁴ajengvinasti@gmail.com

Abstrak: Persaingan dibidang wirausahawan semakin canggih seiring dengan berkembangnya teknologi informasi pada saat ini serta dapat menciptakan peluang bisnis bagi para pedagang untuk melakukan penjualan secara online. Dengan adanya teknologi berbasis online (*e-commerce*) para wirausahawan dapat dengan mudah untuk melakukan transaksi tanpa harus mendatangi tempat penjualan yang diinginkan. Sarana internet menunjang para wirausahawan untuk melakukan penjualan online. Sehingga dibentuklah sistem informasi penjualan elektronik guna mendapatkan informasi penjualan yang dapat meningkatkan produktivitas penjualan. Sasaran dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah karang taruna desa Bangun Sari Kec. Bekri Kabupaten Lampung Tengah. Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan pada hari sabtu tanggal 21 oktober 2023 dan bertempat di kantor desa Bangun Sari Kec. Bekri Kabupaten Lampung Tengah dengan jumlah peserta yaitu 40 orang. Hasil evaluasi, maka diperoleh hasil dan manfaat dari kegiatan pengabdian ini diantaranya bertambahnya pengetahuan dan manfaat IT dalam berwirausaha bagi pemuda-pemudi desa bangun sari.

Kata Kunci: Kewirausahaan, *E-Commerce*

Abstract: *Competition in the field of entrepreneurship is increasingly sophisticated along with the development of information technology today and can create business opportunities for traders to make sales online. With online-based technology (e-commerce), entrepreneurs can easily carry out transactions without having to go to the desired sales location. Internet facilities support entrepreneurs to make online sales. So an electronic sales information system was formed to obtain sales information that could increase sales productivity. The target of implementing this service activity is the Bangun Sari Village Youth Organization, Kec. Bekri, Central Lampung Regency. This service activity was carried out on Saturday 21 October 2023 and took place at the Bangun Sari village office, Kec. Bekri, Central Lampung Regency with the number of participants being 40 people. As a result of the evaluation, the results and benefits of this service activity were obtained, including increased knowledge and benefits of IT in entrepreneurship for the young people of Bangun Sari village.*

Keywords: *Entrepreneurship, E-Commerce*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat yang seakan tidak pernah berhenti dalam bidang

Teknologi Informasi (IT) yang secara langsung juga mendukung perkembangan internet, memberikan kemudahan bagi

para user (pengguna) dalam hal ini pelaku bisnis untuk menjalankan dan mengembangkan aktivitas bisnis dan usahanya. Kelajuan dunia Internet memungkinkan adanya berbagai teknologi yang membantu dalam hal publikasi informasi yang beragam dalam bentuk elektronik, tidak hanya dalam cara yang efektif dan ramah terhadap pengguna (user friendly), tetapi juga dengan jalan menawarkan mekanisme untuk menyediakan basis data terpusat dan sistem navigasi umum yang dapat digunakan oleh siapapun dengan cara yang tidak terlalu sulit.

Wirausaha berbasis teknologi informasi adalah penggunaan teknologi informasi dalam mendukung proses bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, akan dapat meningkatkan hasil dan kualitas dari usaha tersebut. Sebagai contoh toko komputer yang memanfaatkan website untuk menjual barang jualannya. Dengan menggunakan website, sebuah toko akan lebih dapat dijangkau oleh orang banyak daripada toko yang hanya jualan di daerah setempat. Promosi lewat website juga lebih memungkinkan dilihat banyak orang. Namun kelemahan promosi di website adalah tidak semua orang dapat melihat websitenya, dikarenakan tidak memiliki akses internet.

Jiwa kewirausahaan sebenarnya hampir dimiliki oleh setiap generasi muda, namun kurangnya pengetahuan dan pelatihan kewirausahaan menyebabkan generasi muda saat ini kurang memaksimalkan potensi jiwa kewirausahaan. Disamping banyak faktor lain yang menyebabkan hal tersebut, seperti kurangnya modal ataupun jaringan yang sangat sedikit sehingga sangat sulit untuk mengembangkan usaha dan jiwa kewirausahaan.

Dengan semakin maraknya penggunaan internet, semakin marak pula perdagangan secara elektronik (e-commerce) dijalankan oleh pelaku bisnis dalam berbagai ukuran, mulai dari

perusahaan raksasa sampai online shop (toko online) rumahan. Pembeli dan penjual dengan mudah dapat terkoneksi secara cepat hingga melakukan transaksi, dan apa yang diinginkan pembeli dapat cepat pula ditanggapi oleh penjual sehingga tercapai kepuasan pelanggan dan peningkatan keuntungan bagi penjual.

Karang Taruna adalah organisasi kepemudaan di Indonesia yang dibentuk oleh masyarakat sebagai wadah generasi muda untuk mengembangkan diri, tumbuh, dan berkembang atas dasar kesadaran serta tanggung jawab sosial dari, oleh, dan untuk generasi muda, yang berorientasi pada tercapainya kesejahteraan sosial bagi masyarakat. Sebagai organisasi sosial kepemudaan Karang Taruna merupakan wadah pembinaan dan pengembangan serta pemberdayaan dalam upaya mengembangkan kegiatan ekonomi produktif dengan pendayagunaan semua potensi yang tersedia di lingkungan baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang telah ada. Sebagai organisasi kepemudaan, Karang Taruna berpedoman pada Pedoman Dasar dan Pedoman Rumah Tangga di mana telah pula diatur tentang struktur pengurus dan masa jabatan di masing-masing wilayah mulai dari Desa/ Kelurahan sampai pada tingkat Nasional.

Semua ini wujud dari pada regenerasi organisasi demi kelanjutan organisasi serta pembinaan anggota Karang Taruna baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang. Karang Taruna beranggotakan pemuda dan pemudi (dalam AD/ART nya diatur keanggotaannya mulai dari pemuda/i berusia mulai dari 11 - 45 tahun) dan batasan sebagai Pengurus adalah berusia mulai 17 - 35 tahun. Karang Taruna didirikan dengan visi-misi tujuan memberikan pembinaan dan pemberdayaan kepada para remaja, misalnya dalam bidang keorganisasian, ekonomi, olahraga, ketrampilan, advokasi, keagamaan dan kesenian.

E-commerce merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan www, e-commerce juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (database), e-surat atau surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk e-commerce ini.

E-Commerce (Electronic Commerce) merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui jaringan elektronik seperti internet. E-commerce merupakan suatu cara berbelanja secara online yang memang seiring dengan kehadiran internet dalam kehidupan kita. Banyak orang mendapatkan manfaat kemudahan berbisnis melalui media internet.

E-Commerce dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang memiliki karakteristik berbeda-beda.

a. Business to Business (B2B)

Business to Business e-Commerce memiliki karakteristik:

1. Trading partners yang sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan (*relationship*) yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan (*trust*).
2. Pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, servis yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data

untuk dua entiti yang menggunakan standar yang sama.

3. Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu parternya.
4. Model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

Business to Business e-Commerce umumnya menggunakan mekanisme *Electronic Data Interchange (EDI)*. Sayangnya banyak standar EDI yang digunakan sehingga menyulitkan interkomunikasi antar pelaku bisnis. Standar yang ada saat ini antara lain: EDIFACT, ANSI X.12, SPEC 2000, CARGO-IMP, TRADACOMS, IEF, GENCOD, EANCOM, ODETTE, CII. Selain standar yang disebutkan di atas, masih ada format-format lain yang sifatnya *proprietary*. Jika anda memiliki beberapa partner bisnis yang sudah menggunakan standar yang berbeda, maka anda harus memiliki sistem untuk melakukan konversi dari satu format ke format lain.

Saat ini sudah tersedia produk yang dapat melakukan konversi seperti ini. Pendekatan lain yang sekarang cukup populer dalam standarisasi pengiriman data adalah dengan menggunakan *Extensible Markup Language (XML)* yang dikembangkan oleh *World Wide Web Consortium (W3C)*. XML menyimpan struktur dan jenis elemen data di dalam dokumennya dalam bentuk tags seperti HTML tags sehingga sangat efektif digunakan untuk sistem yang berbeda. Kelompok yang mengambil jalan ini antara lain adalah XML/EDI group. Pada mulanya EDI menggunakan jaringan tersendiri yang sering disebut VAN (*Value Added Network*). Populernya jaringan komputer Internet memacu inisiatif EDI melalui jaringan Internet, atau dikenal dengan nama *EDI over Internet*. Topik

yang juga mungkin termasuk di dalam *business-to-business e-Commerce* adalah *electronic/Internet procurement* dan *Enterprise Resource Planning (ERP)*. Hal ini adalah implementasi penggunaan teknologi informasi pada perusahaan dan pada manufaktur. Sebagai contoh, perusahaan Cisco maju pesat dikarenakan menggunakan teknologi informasi sehingga dapat menjalankan just-in-time manufacturing untuk produksi produknya.

b. Business to Consumer (B2C)

Business to Consumer e-Commerce memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan ke umum.
- 2) Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh, karena sistem Web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis Web.
- 3) Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*). Kostumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
- 4) Pendekatan *client/server* sering digunakan dimana diambil asumsi client (costumer) menggunakan sistem yang minimal (berbasis Web) dan processing (*business procedure*) diletakkan di sisi server.

Business to Consumer e-Commerce memiliki permasalahan yang berbeda. Mekanisme untuk mendekati consumer pada saat ini menggunakan bermacam-macam pendekatan seperti misalnya dengan menggunakan "*electronic shopping mall*" atau menggunakan konsep "*portal*". Electronic shopping mall menggunakan web sites untuk menjajakan produk dan servis. Para penjual produk dan servis membuat sebuah storefront yang menyediakan katalog produk dan servis yang diberikannya. Calon pembeli dapat melihat-lihat produk dan

servis yang tersedia seperti halnya dalam kehidupan sehari-hari dengan melakukan window shopping. Bedanya, (calon) pembeli dapat melakukan shopping ini kapan saja dan darimana saja dia berada tanpa dibatasi oleh jam buka toko. Contoh penggunaan web site untuk menjajakan produk dan servis antara lain:

- 1) Amazon <http://www.amazon.com>
Amazon merupakan toko buku virtual yang menjual buku melalui web sitenya. Kesuksesan Amazon yang luar biasa menyebabkan toko buku lain harus melakukan hal yang sama.
- 2) eBay <http://www.ebay.com>,
merupakan tempat lelang on-line.
- 3) NetMarket <http://www.netmarket.com>,
yang merupakan direct marketing dari Cendant (hasil merge dari HFC, CUC International, Forbes projects). NetMarket akan mampu menjual 95% dari kebutuhan rumah tangga sehari-hari.

Konsep portal agak sedikit berbeda dengan electronic shopping mall, dimana pengelola portal menyediakan semua servis di portalnya (yang biasanya berbasis web). Sebagai contoh, portal menyediakan eMail gratis yang berbasis Web bagi para pelanggannya sehingga diharapkan sang pelanggan selalu kembali ke portal tersebut. Contoh portal antara lain:

- 1) Netscape Home
- 2) My Yahoo

c. Perdagangan Kolabratif (collaborative commerce).

Dalam *e-commerce*, para mitra bisnis berkolaborasi (alih-alih membeli atau menjual) secara elektronik. Kolaborasi semacam ini seringkali terjadi antara dan dalam mitra bisnis di sepanjang rantai pasokan.

d. Consumen to konsumen(C2C)

Dalam C2C seseorang menjual produk atau jasa ke orang lain. Dapat juga disebut sebagai pelanggan ke pelanggan yaitu orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain. Lelang C2C. Dalam lusinan negara, penjualan dan pembelian C2C dalam situs lelang sangat banyak. Kebanyakan lelang dilakukan oleh perantara, seperti eBay.com, auctionary thing.com; para pelanggan juga dapat menggunakan situs khusus seperti buyit.com atau bid2bid.com. Selain itu banyak pelanggan yang melakukan lelangnya sendiri seperti greatshop.com menyediakan piranti lunak untuk menciptakan komunitas lelang terbalik C2C online. Iklan Kecil. Orang menjual ke orang lainnya setiap hari melalui iklan kecil (classified ad) di koran dan majalah. Iklan kecil berbasis internet memiliki satu keunggulan besar daripada berbagai jenis iklan kecil yang lebih tradisional: iklan ini menawarkan pembaca nasional bukan hanya local. Iklan kecil tersedia melalui penyedia layanan internet seperti AOL, MSN, dll.

Layanan Personal. Banyak layanan personal (pengacara, tukang, pembuat laporan pajak, penasehat investasi, layanan kencan) tersedia di internet. Beberapa diantaranya tersedia dalam iklan kecil, tetapi lainnya dicantumkan dalam situs web serta direktory khusus. Beberapa gratis dan ada juga yang berbayar.

e. **Comsumen to Business (C2B)**

Dalam C2B konsumen memeritahukan kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen. Contohnya dipriceline.com, dimana pelanggan menyebutkan produk dan harga yang diinginkan, dan priceline mencoba menemukan pemasok yang memenuhi kebutuhan tersebut.

f. **Perdagangan Intrabisnis (Intraorganisasional)**

Dalam situasi ini perusahaan menggunakan ecommerce secara internal untuk memperbaiki operasinya. Kondisi khusus dalam hal ini disebut sebagai e-commerce B2E (business to its employees) yang digambarkan dalam studi kasus terbuka.

g. **Pemerintah ke Warga (Government to Citizen—G2C)**

Dalam kondisi ini sebuah entitas (unit) pemerintah menyediakan layanan ke para warganya melalui teknologi *E-commerce*. Unit-unit pemerintah dapat melakukan bisnis dengan berbagai unit pemerintah lainnya serta dengan berbagai perusahaan (G2B). *E-government* yaitu penggunaan teknologi internet secara umum dan *e-commerce* secara khusus untuk mengirimkan informasi dan layanan publik ke warga, mitra bisnis, dan pemasok entitas pemerintah, serta mereka yang bekerja di sektor publik.

E-government menawarkan sejumlah manfaat potensial: *E-government* meningkatkan efisiensi dan efektivitas fungsi pemerintah, termasuk pemberian layanan publik. *E-government* memungkinkan pemerintah menjadi lebih transparan pada masyarakat dan perusahaan dengan memberikan lebih banyak akses informasi pemerintah. *E-government* juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk memberikan umpan balik ke berbagai lembaga pemerintah serta berpartisipasi dalam berbagai lembaga dan proses demokrasi. *E-government* dapat dibagi menjadi tiga kategori:

- 1) *Pemerintah ke Warga (Government to Citizen)*. Lembaga pemerintah makin banyak yang menggunakan internet untuk menyediakan layanan pada warga.
- 2) *Pemerintah ke Perusahaan (Government to Business)*. Pemerintah menggunakan internet

untuk menjual dan membeli dari perusahaan.

3) *Pemerintah ke Pemerintah (Government to Government)*. Meliputi *e-commerce* intrapemerintah (transaksi antar pemerintah yang berbeda) serta berbagai layanan antar lembaga pemerintah yang berbeda. Implementasi *E-Government*. Transformasi dari pemberian layanan pemerintah tradisional ke implementasi penuh layanan pemerintah online dapat menjadi proses yang memakan waktu. Terdapat enam tahap dalam transformasi ke e-government :

1. tahap 1. publikasi penyebaran informasi;
2. tahap 2. transaksi dua arah “secara resmi”, dengan sebuah departemen dalam waktu yang sama;
3. tahap 3. portal multiguna;
4. tahap 4. personalisasi portal;
5. tahap 5. pengelompokkan layanan umum;
6. tahap 6. integrasi penuh dan transformasi badan.

h. Perdagangan Mobile (mobile commerce—m-commerce).

Ketika *e-commerce* dilakukan dalam lingkungan nirkabel, seperti dengan menggunakan telepon seluler untuk mengakses internet dan berbelanja, maka hal ini disebut *m-commerce*.

METODE

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebelum melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, yaitu:

1. Melakukan studi pustaka tentang materi E-Commerce.
2. Melakukan persiapan bahan dan alat pendukung seminar wirausaha.
3. Melakukan uji coba desain materi yang akan disampaikan.
4. Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian bersama- sama tim pelaksana.

5. Mengirim surat kesediaan ke desa Bangun Sari Kec. Bekri Kabupaten Lampung Tengah terkait dengan kesediaannya untuk mengikuti pelatihan.
6. Menerima tanggapan yang cukup antusias dari bapak kepala Desa Bangun Sari atas kesediaannya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada tanggal 21 Oktober 2023.
7. Tanggal 13 Oktober 2023 melakukan pengecekan terkait kesiapan tempat dan peralatan yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian agar dapat digunakan dengan baik pada saat pelaksanaan.
8. Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan.

Pada tanggal 21 Oktober 2023, kegiatan pelatihan dimulai dari pukul 09.00 hingga 15.00 dengan susunan acara:

1. Peserta menempati ruangan;
2. Pembukaan pelatihan oleh Kepala Desa Bangun Sari: Bapak Mursidi dan Ketua Pengabdian Kepada Masyarakat Kharisma Idola Arga, M.Pd.;
3. Penyampaian materi oleh Kharisma Idola Arga, M.Pd. dan Nurdin Hidayat, M.Pd., dibantu dengan 2 mahasiswa yaitu: Anisa Oktavia dan Lupita sebagai asisten dalam kegiatan pengabdian ini.

Kegiatan bersifat tutorial dan praktik bagi para pemuda-pemudi dilibatkan dalam penerapan kewirausahaan. Penyampaian materi pelatihan Kewirausahaan menggunakan *E- Commerce* pada Karang Taruna desa Bangun Sari dilaksanakan di ruang Aula dan setiap peserta mendapatkan print out materi pelatihan. Akhir kegiatan ditutup dengan foto bersama pihak penyelenggara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, tim pengabdian memperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Meningkatnya pemahaman karang taruna desa Bangun Sari mengenai pentingnya menjadi wirausahawan.
- 2) Meningkatnya pemahaman karang taruna desa Bangun Sari mengenai *E-Commerce* dalam kegiatan wirausaha.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah antusiasnya karang taruna desa Bangun Sari Kec. Bekri saat merespon kegiatan pengabdian yang dilakukan. Hal tersebut dapat terlihat dari terlibatnya pengurus karang taruna serta aparat desa dalam kegiatan ini. Harapannya karang taruna desa Bangun Sari agar lebih memahami wirausahaan berbasis IT guna menunjang kegiatan wirausahawan karna potensi yang luar biasa yang ada dalam desa Bangun Sari. Menjadikan karang taruna wirausahawan yang dapat membuka peluang kerja bagi diri sendiri dan orang lain.

Evaluasi keberhasilan kegiatan ini dilakukan setelah kegiatan selesai. Indikator keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari respon positif peserta berdasarkan sikap peserta saat mengikuti seminar. Keberhasilan tersebut dapat dilihat dari hasil kegiatan pengabdian ini.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini disambut dengan baik oleh para peserta. sebagai hasil dari kegiatan ini, para peserta memperoleh pemahaman mengenai kewirausahaan menggunakan *E-Commerce*. Dengan seminar ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas karang taruna maupun aparat desa Bangun Sari Kec. Bekri Kabupaten Lampung Tengah khususnya dalam berwirausaha

Tim pelaksana juga memberikan motivasi mengenai potensi yang dapat dikembangkan oleh desa Bangun Sari Kec. Bekri Kabupaten Lampung Tengah. Dengan adanya motivasi tersebut, sekarang karang taruna mampu dan memahami potensi yang dapat dikembangkan pada desa mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2018). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

<https://baliexpress.jawapos.com/read/2018/04/29/68988/smk-sebagai-sekolah-pencetak-wirausaha-mandiri>

<https://ramesia.com/jenis-jenis-usaha/>

https://id.wikipedia.org/wiki/Karang_Taruna

Jogiyanto, HM. 2001. *Analisa dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Opset

JPnn.com,2015, Perkembangan Bisnis e-commerce di Indonesia Melesat, <http://www.jpnn.com/read/2015/04/27/300672/Perkembangan-Bisnis-e-Commerce-di-Indonesia-Melesat>.

