

IBM SME BERBASIS ONLINE MARKETING

IBM SME BASED ONLINE MARKETING

¹Jenji Gunaedi A, ²Heni Nastiti, ³Erly Krisnanik

^{1,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Komputer UPN “Veteran” Jakarta Jl. RS Fatmawati Jakarta Selatan

email : ¹jenzargo@yahoo.com ; ²heni_nastiti@yahoo.com; ³_rly @yahoo.com

Abstract. In 2015, Indonesia entered the era of globalization of the ASEAN Free Trade Area (AFTA) and the ASEAN Economic Community (MEA). Small and Medium Enterprises (SMEs) is one of the national economic defense bastions, where if not paid serious attention then the national economic growth will be fragile. In this case, it is necessary to pay special attention to the SMEs especially the marketing problem. In an effort to develop small and medium industries, these weaknesses must be overcome. Higher Education as an educational institution can be more instrumental and help overcome the existing problems, so it is expected that SMEs can continue to play a role in the growth and economic development of Indonesia. Implementation of Abdimas in Gandul Subdistrict of Cinere District attended by 30 business actors / SMEs provide training on Blog site creation which is expected to implement business marketing through online marketing (E-Commerce) in increasing sales results and can motivate SMEs to run their business professionally.

Keywords: e-Commerce, SME

Abstrak. Pada tahun 2015, Indonesia memasuki era globalisasi ASEAN Free Trade Area (AFTA) dan ASEAN Economic Community (MEA). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu benteng pertahanan ekonomi nasional, dimana jika tidak mendapat perhatian serius maka pertumbuhan ekonomi nasional akan rapuh. Dalam hal ini, perlu memberi perhatian khusus kepada UKM terutama masalah pemasaran. Dalam upaya mengembangkan industri kecil dan menengah, kelemahan ini harus diatasi. Perguruan Tinggi sebagai institusi pendidikan bisa lebih berperan dan membantu mengatasi permasalahan yang ada, sehingga diharapkan UKM dapat terus berperan dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi Indonesia. Penerapan Abdimas di Kecamatan Gandul Kabupaten Cinere dihadiri oleh 30 pelaku usaha / UKM memberikan pelatihan pembuatan situs Blog yang diharapkan dapat menerapkan pemasaran bisnis melalui pemasaran online (E-Commerce) dalam meningkatkan hasil penjualan dan dapat memotivasi UKM untuk menjalankan bisnisnya secara profesional.

Kata kunci: e-Niaga, UKM

1. Pendahuluan

A. Identifikasi Masalah

Produk Domestik Bruto (PDB) adalah sebuah ukuran makro ekonomi yang memperhatikan kemampuan suatu negara dalam memproduksi barang dan jasa dalam kurun waktu tertentu. Hal tersebut mencerminkan kekuatan ekonomi suatu negara. Indonesia merupakan salah satu anggota negara-negara G20 yang merupakan kumpulan 20 negara penghasil PDB terbesar di dunia.

UMKM memiliki porsi yang signifikan dalam menyumbang jumlah PDB Indonesia, Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2009 sebesar 4,5% meningkat menjadi 5,02% ditahun 2016. Menurut data Kementerian Negara Koperasi dan UKM pada 2009, porsi UMKM adalah sebesar 58,17% terhadap jumlah PDB (berdasarkan tahun 2000). Kemudian, pertumbuhan sektor UMKM dari 2005 hingga 2009 sebesar 24,01%, sedangkan Usaha Besaran hanya 13,26% pertumbuhannya. Data tersebut membuktikan bahwa UMKM memiliki peran yang besar bagi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia.

Dalam upaya untuk mengembangkan indutri kecil, menengah, maka kelemahan-kelemahan tersebut harus diatasi. Disinilah peran Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan dapat lebih berperan serta membantu mengatasi permasalahan yang ada sehingga diharapkan para pelaku usaha dapat terus berperan dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia.

Menyadari akan permasalahan tersebut, kami Dosen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jakarta adalah salah satu Perguruan Tinggi yang peduli terhadap lingkungan masyarakat sekitar merencanakan akan melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam hal pemasaran bisnis melalui internet marketing, serta dapat memotivasi para pelaku usaha dapat menjalankan usahanya secara profesional.

Data jumlah Asosiasi UMKM kota Depok tahun 2015 berjumlah 738 yang terdiri dari 376 unit sektor usaha kuliner, 278 unit sektor usaha Handycraft, 26 unit usaha Agro dan 58 unit sector usaha di bidang pembiayaan dan permodalan. Pada sektor usaha Kuliner terdiri dalam usaha makanan olahan berjumlah 302 unit, sektor usaha minuman kesehatan, obat-obatan dan kosmetik berjumlah 35 unit, sektor usaha minuman olahan berjumlah 39 unit. Untuk sector usaha Handycraft terdiri dri 114 sektor usaha garmen/ konveksi dan 164 unit sector usaha kerajinan, Sedangkan sektor usaha Agro berjumlah 26 unit. Pada sector usaha pembiayaan dan permodaan terdapat 58 unit sector usaha perdagangan dan jasa.

Rekapitulasi data profil anggota Asosiasi UMKM Kota Depok per Sektor Usaha Tahun 2015 seperti pada table 1.

Tabel 1.

Profil Usaha UMKM Kota Depok tahun 2015

No	Sektor Usaha	Jumlah (Unit)
	Kuliner	376
1	Makanan Olahan	302
2	Minumn Kesehatan, obat-obatan & Kosmetik	35
3	Minuman Olahan	39
	Handycraft	278
1	Sektor Garmen / Konveksi	114

2	Sektor Kerajinan	164
	Agro	26
1	Sektor Agro	26
	Pembiayaan dan Permodalan	58
1	Sektor Perdagangan dan Jasa	58
	Jumlah	738

Sumber : Asosiasi UMKM Kota Depok

Jumlah anggota asosiasi UMKM Kota Depok mengalami kenaikan, di tahun 2008 berjumlah 125 anggota mengalami kenaikan sebanyak 27 ditahun 2009 menjadi 152 atau kenaikan, 17,76%, ditahun 2010 meningkat menjadi 177 anggota atau terjadi kenaikan sebanyak 25 anggota atau sebesar 14,12% , pada tahun 2011 meningkat menjadi 232 atau kenaikan sebesar 23,71%. Di tahun 2012 sampai dengan 2015 jumlah anggota asosiasi UMKM Kota Depok terus mengalami peningkatan masing-masing sebesar 14,71% ditahun 2012, 27,47% ditahun 2013, 18,30 % ditahun 2014 dan 37,80 pada tahun 2015 seperti terlihat dalam, tabel 2 berikut.

Tabel.2

Jumlah Anggota Asosiasi UMKM Kota Depok Tahun 2008 – 2015

TAHUN	JUMLAH	Prosentasi (%)
2008	125	-
2009	152	17,76
2010	177	14,12
2011	232	23,71
2012	272	14,71
2013	375	27,47
2014	459	18,30
2015	738	37,80

Sumber : Asosiasi UMKM Kota Depok

Kecamatan Cinere merupakan salah satu Kecamatan yang terdapat di Kota Depok memiliki luas wilayah secara administrasi seluas 11.041 km²

Letak Geografis Kecamatan Cinere :

Sebelah Utara : Kecamatan Cilandak DKI Jakarta

Sebelah Timur : Kecamatan Pasar Minggu DKI Jakarta

Sebelah Barat : Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan

Sebelah Selatan : Kecamatan Limo

Letak Kecamatan Cinere sangat strategis karena berbatasan langsung dengan DKI Jakarta, sehingga menjadikan Kecamatan Cinere sebagai salah satu daerah sebagai penyangga ibu kota DKI Jakarta. Kecamatan Cinere memiliki UKM Center yang terdiri dari 4 Kelurahan dengan nama Griya UKM Cinere.

B. Tinjauan Pustaka

Di bidang manajemen dan bisnis kita sering mengenal istilah “*pemasaran*” dan biasanya pemasaran identik dengan sales. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan terpenting dalam sebuah perusahaan atau bisnis perdagangan yang dilakukan untuk meningkatkan usahanya dan juga menjaga kelangsungan hidup perusahaan yang

dijalannya. Agar pemasaran bisa berjalan dengan baik, tentu harus memiliki keahlian dalam pemasaran.

Pemasaran menurut menurut William J. Stanton (1991;73), merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, dan mendistribusikannya kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen sedangkan menurut Kotler & Amstrong (2013;), Pemasaran merupakan sebuah proses managerial yang orang-orang didalamnya mendapatkan apa yang mereka inginkan & butuhkan melalui penciptaan & pertukaran produk-produk yang ditawarkan & nilai produknya kepada orang lain

Meningkatnya pengguna internet setiap harinya, ternyata tidak diabaikan begitu saja oleh para pelaku bisnis. Saat ini banyak pelaku bisnis yang sengaja membuat website, blog, atau membuat akun di facebook maupun twitter untuk memasarkan produk mereka. Kemajuan tersebut dirasa sangat bermanfaat untuk dijadikan sebagai salah satu strategi pemasaran bisnis.

Pemasaran bisnis melalui internet merupakan salah satu cara untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui internet marketing, informasi produk Anda dapat menjangkau konsumen yang ada di pelosok negeri tanpa harus terjun langsung ke daerah tersebut untuk mempromosikan produk selama 24 jam dan dapat diakses oleh jutaan orang diseluruh dunia selama terhubung dengan koneksi internet.

1. Strategi Pemasaran Melalui Website Atau Blog

Memiliki website atau blog sebagai sarana pemasaran secara online adalah suatu keharusan. Karena dengan memiliki website/Blog, membuat usaha anda dapat diketahui selama 24 jam sehari. Salah satu strategi pemasaran yang penting dari web adalah anda dapat menjelaskan secara rinci produk dan jasa yang anda jual. Selain itu anda dapat membujuk pengunjung untuk membeli produk atau jasa anda.

2. Strategi Pemasaran Dengan Optimasi Website

Sebagian besar pengguna internet mencari informasi melalui search engine seperti Google, Yahoo, MSN dll sesuai dengan keyword atau kata kunci yang diinginkan atau dikenal dengan istilah SEO (Search Engine optimization).

3. Manfaatkan Jaringan Sosial

Saat ini hampir semua pengguna internet mempunyai akun di situs jejaring sosial seperti facebook, twitter, friendster dan situs lainnya. Pengguna situs tersebut sudah mencapai belasan bahkan mungkin sudah puluhan juta untuk Indonesia. Pasar yang potensial bagi yang jeli untuk mempromosikan produk.

4. Email Marketing

Selain website marketing, promosi bisnis melalui internet dapat dilakukan melalui email marketing. Pemberitahuan mengenai informasi produk untuk memberikan penawaran kepada calon konsumen, dapat dilakukan secara masal maupun personal melalui email marketing. Sehingga kegiatan promosi produk semakin mudah, dan murah.

5. Forum Atau Komunitas

Forum atau tempat diskusi lainnya menjadi media yang efektif sebagai alat promosi bisnis secara online. Manfaatkan tool signature yang diberikan oleh pemilik forum dengan memberikan link menuju web anda.

6. Promosi Bisnis Melalui Iklan Gratis

Banyak sekali iklan gratis di internet yang artinya anda tidak perlu mengeluarkan biaya untuk mengiklankan usaha anda. Anda hanya perlu registrasi dan menuliskan iklan anda.

7. Memasang Banner Di Situs Lain

Pemasangan banner di situs yang memiliki banyak pengunjung tentu bisa menarik banyak pengguna internet untuk berkunjung ke situs anda. Pertukaran banner dengan situs sejenis juga dapat membantu optimasi web anda.

8. Meminta review produk

Review atau meminta opini merupakan salah satu strategi pemasaran secara online yang sedang ramai. Anda dapat meminta review dari pemilik blog lain untuk di tampilkan di blog mereka.

9. Pengertian e-commerce

E-commerce adalah dimana dalam satu website menyediakan atau dapat melakukan Transaksi secara online atau suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan “get and deliver“. E-commerce akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan trading (perdagangan).

Adapun pendapat mengenai pengertian E-Commerce bahwa E-commerce mengacu pada internet untuk belanja online dan jangkauan lebih sempit. dimana e-commerce adalah subperangkat dari E-Bisnis. cara pembayarannya: melalui transfer uang secara digital seperti melalui account paypal atau kartu credit Sedangkan, E-Bisnis mengacu pada internet tapi jangkauan lebih luas. area bisnisnya terjadi ketika perusahaan atau individu berkomunikasi dengan klien atau nasabah melalui e-mail tapi pemasaran atau penjualan di lakukan dengan internet, dengan begitu dapat memberikan keuntungan berupa keamanan fleksibilitas dan efisiensi. Cara pembayarannya melalui pembayaran digital secara E-Gold dan sudah di akui di seluruh dunia dalam melakukan transaksi online.

Pada umumnya pengunjung Website dapat melihat barang atau produk yang dijual secara online (24 jam sehari) serta dapat melakukan correspondence dengan pihak penjual atau pemilik website yang dilakukan melalui email.

Dalam prakteknya, berbelanja di web memerlukan koneksi ke internet dan browser yang mendukung transaksi elektronik yang aman, seperti Microsoft Internet Explorer dan Netscape Navigator. Microsoft dan Netscape, bekerja sama dengan perusahaan kartu kredit (Visa dan MasterCard), serta perusahaan-perusahaan internet security (seperti VeriSign), telah membuat standar enkripsi khusus yang membuat transaksi melalui web menjadi sangat aman. Bahkan, Visa dan MasterCard menyediakan jaminan keamanan 100% kepada pengguna credit cardnya yang menggunakan e-com.

Adapun proses yang terdapat dalam E-Commerce adalah sebagai berikut :

1. Presentasi elektronik (Pembuatan Website) untuk produk dan layanan.
2. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
3. Secara otomatis account pelanggan dapat secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit)
4. Pembayaran yang dilakukan secara langsung (online) dan penanganan transaksi.

Adapun keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan transaksi melalui E-Commerce bagi suatu perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan pendapatan dengan menggunakan online channel yang biayanya lebih murah.
2. Mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya.
3. Mengurangi keterlambatan dengan menggunakan transfer elektronik/pembayaran yang tepat waktu dan dapat langsung dicek.
4. Mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif.

Contoh E-Commerce.

Banyak sekali yang dapat kita lakukan melalui E-Commerce yaitu :

1. Pembelian buku melalui online.
2. Pembelian elektronik melalui online.
3. Pembelian kendaraan melalui online.
4. Pembelian pakaian melalui online, dll.

Dampak Positif dan Negatif E-Commerce.

Didalam dunia E-Commerce pasti terdapat dampak positif dan negativenya.

Dampak positifnya, yaitu :

1. Revenue Stream (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
2. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar).
3. Menurunkan biaya operasional (operating cost).
4. Melebarkan jangkauan (global reach).
5. Meningkatkan customer loyalty.
6. Meningkatkan supplier management.
7. Memperpendek waktu produksi.
8. Meningkatkan value chain (mata rantai pendapatan).

Dampak negativenya, yaitu :

1. Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan. Seorang penipu mentransfer uang dari rekening satu ke rekening lainnya atau dia telah mengganti semua data finansial yang ada.
2. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.
3. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik tiba-tiba padam.
4. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan seorang hacker yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan. Setelah itu dia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.
5. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.
6. Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

5 (lima) Bentuk Bisnis Ecommerce Yang Ada Di Indonesia

1. Classifieds / Daftar Iklan Baris

Bentuk bisnis yang pertama adalah classifieds atau daftar iklan baris. Bentuk bisnis ini merupakan bentuk yang paling sederhana dari usaha e-commerce yang ada. Itu karena bentuk bisnis ini mempunyai ciri khas dimana penyedia jasa e-commerce tidak terlibat secara langsung dalam proses jual beli yang terjadi. Dalam bentuk bisnis ini, pihak perusahaan e-commerce hanya menjadi media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam satu tempat. Penyedia layanan e-commerce di Indonesia yang menggunakan bentuk bisnis ini antara lain Berniaga, TokoBagus dan juga OLX. Dalam sistem pembayarannya menggunakan metode COD atau cash on delivery.

2. Market place C2C (Customer to Customer)

Yang membedakan antara bentuk bisnis ini dengan bentuk classifieds adalah selain menawarkan tempat sebagai media promosi barang dagangannya, pihak e-commerce juga memberikan layanan metode pembayaran dari transaksi online yang dilakukan. Hal tersebut juga menjadi ciri utama dari bentuk bisnis e-commerce Marketplace C2C. Pada umumnya pihak e-commerce akan memberikan layanan Escrow atau rekening pihak ketiga yakni sebagai jembatan antara penjual, pembeli dan pihak e-commerce. Jika sudah terjadi kesepakatan pembelian, pembeli harus mentransfer dana kepada pihak escrow. Setelah dana masuk ke escrow, penjual bisa mengirimkan barangnya para pembeli. Perusahaan e-commerce yang mengadopsi bentuk bisnis ini antara lain Tokopedia dan Lamido.

3. Shopping Mall

Bentuk bisnis e-commerce Shopping Mall, semua proses serta layanannya kurang lebih sama dengan bentuk bisnis Marketplace C2C yang membedakan antara keduanya adalah penjual yang ada pada e-commerce tersebut. Pihak yang bisa masuk menjadi penjual di e-commerce tersebut hanyalah brand-brand besar yang telah mempunyai nama di pasar lokal atau pun internasional. Hingga saat ini, di Indonesia bentuk bisnis ini baru diterapkan oleh satu e-commerce yaitu Blibli.

4. Toko online B2C (Business to Consumer)

Pada dasarnya bentuk bisnis ini lebih berfokus pada penjualan barang atau produk milik perusahaan e-commerce itu sendiri. Sehingga semua keuntungan dari penjualan produk murni dimiliki oleh perusahaan e-commerce dan tidak dibagi dengan pihak lain.

Jenis bisnis ini merupakan salah satu bentuk yang paling berkembang di Indonesia, Beberapa perusahaan e-commerce yang menerapkan bentuk bisnis ini antara lain Lazada, Bhineka, dan Berry Benka.

5. Sosial Media Shop

Bentuk bisnis e-commerce yang terakhir adalah sosial media shop. Bentuk ini bisa dikatakan muncul seiring perkembangan sosial media yang makin menanjak. Potensi dari sosial media tersebut kini dimanfaatkan langsung oleh perusahaan e-commerce dengan membangun bisnis yang berbasis pada sosial media tersebut.

E-commerce di Indonesia yang menyediakan bentuk bisnis ini adalah Onigi.

C. Tujuan Pengabdian

Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada para pelaku usaha/ UKM Griya Cinere mengenai pembuatan situs blog menggunakan www.123.Website.co.id.

D. Manfaat

Adapun manfaat dari pengabdian ini adalah :

1. Memberikan tambahan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku usaha/UKM Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere mengenai penerapan pemasaran online.
2. Meningkatkan penjualan sehingga diharapkan akan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan.

2. Metode Penelitian

1. Solusi Yang Ditawarkan

Dalam pelaksanaan pelatihan pembuatan situs Blog menggunakan www.123.Website.co.id dilakukan pendekatan kepada pelaku usaha/UKM Kelurahan Gandul Kecamatan Cinere dengan pengusul untuk mempersiapkan materi yang berkaitan dengan pemasaran secara online.

2. Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini dengan cara memberikan ceramah tentang penjelasan pemasaran secara online/ e-commerce, pelatihan tentang bagaimana membuat situs blog dengan menggunakan WWW.123.WEBSITE.CO.ID, tanya jawab tentang permasalahan atau kendala yang dihadapi dalam pelatihan pembuatan situs blog.

Dari analisis situasi dan survey lapangan didapatkan permasalahan yaitu belum mengertinya mekanisme pemasaran secara online yang dapat mendukung peningkatan penjualan. Strategi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melaksanakan pelatihan pemasaran secara online dengan membuat situs blog menggunakan WWW.123.WEBSITE.CO.ID.

Adapun langkah kegiatan tersebut dapat diukur tingkat pemahaman akan hal pemasaran online dengan instrument pretest dan posttest kepada peserta.

Tabel 3.

Tabel Prosedur Kerja

No.	Kegiatan	Indikator
1.	Memberikan sosialisasi tentang pemasaran online	Dilakukan Pretest dan posttest untuk menilai pencapaian peningkatan pemahaman materi
2.	Memberikan pelatihan pembuatan situs blog menggunakan www.123.website.co.id	Dilakukan pendampingan pembuatan situs blog, melalui penjelasan awal dan langkah-langkah yang akan dilakukan.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman akan pemasaran online, karena dengan penerapan pemasaran secara online diharapkan akan dapat meningkatkan penjualan para pelaku usaha/UKM.

Hasil dari penilaian pelaksanaan pretest dan post test seperti dalam tabel 4. Berikut.

Tabel 4.
Hasil Pelaksanaan pretest dan post test Pengabdian Masyarakat

Kegiatan	Materi	Indikator keberhasilan	Ketercapaian
Pre Test	Pemahaman pemasaran online / E-Commerce	Terlaksana pretest kepada 30 peserta, dimana 36% telah memahami tentang Pemasaran online.	Nilai rata –rata adalah 60,4
Post Test	Pemahaman pemasaran online / E-Commerce	Terlaksana post test dari 30 peserta, dimana 70 % sudah memahami tentang pemasaran online.	Nilai rata –rata adalah 70,2

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa:

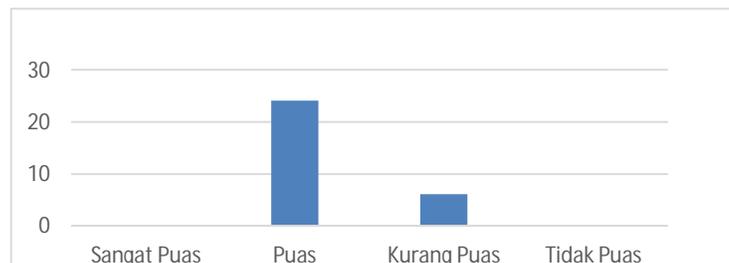
- 1) Para peserta sosialisasi dan pelatihan pembuatan situs blog dalam pemasaran online peserta mempunyai kemampuan pemahaman.
- 2) Melalui pre test yang dilakukan dari 30 peserta secara rata-rata mendapat nilai 60,4 memiliki pemahamannya yang cukup.
- 3) Hasil post test secara rata terjadi kenaikan nilai menjadi 70,4 yang artinya para peserta mengalami peningkatan dalam pemahaman tentang pemasaran online.

Melihat peningkatan pengetahuan yang tidak terlalu besar memang dirasa pengabdian sangat baik, mengingat para peserta adalah ibu-ibu yang memang belum mengetahui banyak akan penggunaan computer dan internet. Sehingga dirasa ini adalah langkah awal mereka mengetahui penggunaan teknologi computer.

Secara umum para peserta mendapatkan manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang secara nyata dengan melalui sosialisasi dan pelatihan sehingga bisa melanjutkan kegiatan ini pada UKM lain.

- Evaluasi Proses Kegiatan PPM
 - a. Evaluasi kepuasan peserta PPM

Salah satu indicator keberhasilan kegiatan PPM adalah respon positif dari peserta kegiatan. Jika respon yang ditunjukkan peserta pada kategori positif atau puas, maka dapat diartikan bahwa kegiatan tersebut punya kesan yang baik bagi peserta. Dari kegiatan PPM yang telah dilaksanakan tampak peserta begitu antusias mengikuti kegiatan. Hal ini juga tercrmin dari angket yang diberikan kepada peserta kegiatan PPM seperti pada gambar 1 berikut.

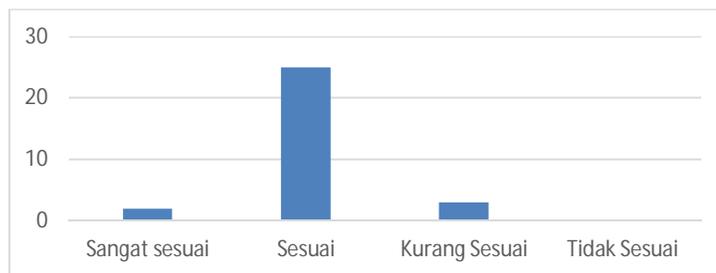


Gambar 1. Respon Peserta PPM

Dari data tersebut diperoleh presentase peserta PPM pada kategori puas sebesar 80% dan kurang puas adalah 20%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peserta PPM memberikan reaksi yang positif terhadap kegiatan PPM yang telah dilakukan.

b. Evaluasi Kesesuaian Kegiatan Pengabdian dengan Kebutuhan Masyarakat

Indikator keberhasilan kegiatan PPM selain adanya tingkat kepuasan yang tinggi, juga dapat dilihat dari evaluasi kesesuaian kegiatan PPM dengan kebutuhan masyarakat sasaran. Harapan dari Tim PPM UPNVJ adalah materi pelatihan yang diberikan dapat memberikan alternative solusi masalah yang ada, seperti masih sulitnya pelaku usaha untuk memasarkan hasil produknya. Berikut ini hasil dari angket kepada peserta kegiatan PPM yang mengeksplorasi apakah pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.

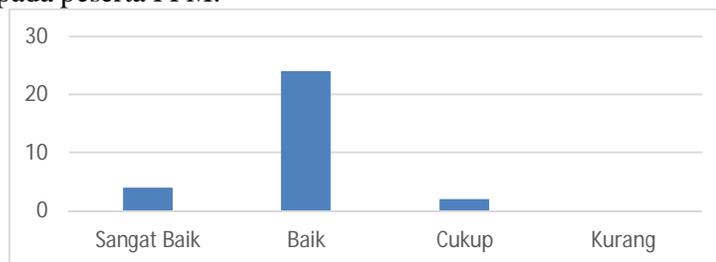


Gambar 2. Respon Kesesuaian Kebutuhan.

Dari data tersebut diperoleh presentase peserta PPM pada kategori kesesuaian kebutuhan mitra sebesar 83,3% untuk sesuai dan sangat sesuai sebesar 6,7% sedangkan kurang puas sebesar 10%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peserta PPM menyatakan bahwa materi kegiatan PPM yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta kegiatan. Peserta kegiatan menjadi lebih termotivasi dalam usaha peningkatan kesejahteraan keluarga serta semakin memiliki motivasi untuk memasarkan produknya melalui pemasaran online.

c. Evaluasi Kerjasama Pengabdian dengan Masyarakat (Peserta PPM)

Kerjasama Tim PPM UPNVJ dengan mitra atau peserta kegiatan juga tidak luput dari penilaian. Kesan yang ditangkap oleh mitra dapat dilihat dari hasil angket yang dibagikan kepada peserta PPM.



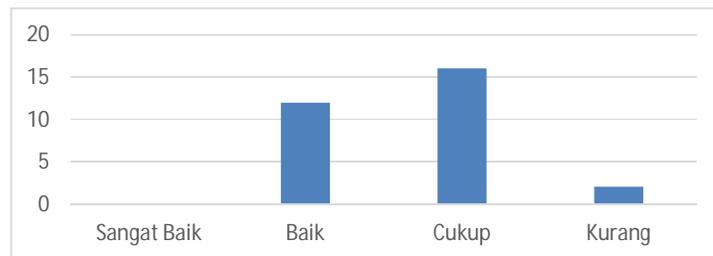
Gambar 3. Kerjasama Tim PPM dengan Mitra.

Dari data tersebut diperoleh presentase peserta PPM pada kategori kerjasama dengan mitra atau peserta sebesar 80% untuk baik dan sangat baik sebesar 6,7% sedangkan kurang puas sebesar 13,3%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa peserta PPM memberikan penilaian bahwa kerjasama Tim UPNVJ dengan peserta kegiatan sebagian besar pada kategori baik dan sangat baik.

d. Evaluasi Pemahaman materi

Pengetahuan seluk beluk mengenai pemasaran secara online sebelum pelatihan dilaksanakan adalah sangat minim. Selama ini mereka belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang pemasaran secara online. Dalam pelatihan disampaikan arti pentingnya pemasaran menggunakan internet atau secara online, serta kelebihan dibandingkan dengan pemasaran yang dilakukan secara biasa atau tanpa online. Disamping itu, disampaikan pula materi tentang langkah-langkah pembuatan situs blog secara online yang bagi peserta adalah hal yang baru, dimana peserta harus membawa laptop atau notebook dan harus didukung dengan ketersediaannya bandwidth yang besar agar peserta dapat dengan mudah mengakses internet. Dari angket yang disebarakan kepada peserta kegiatan PPM diperoleh hasil seperti pada gambar 4.



Gambar 4. Pemahaman materi melalui metode yang diberikan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemahaman materi tentang pemasaran secara online yang dimiliki peserta kegiatan sebagian besar pada kategori cukup sebesar 53,3% dan 40% untuk kategori baik sedangkan untuk kategori pemahaman kurang sebesar 6,7%

Materi pemasaran melalui e-commerce atau pemasaran secara online merupakan hal yang baru bagi para peserta, dimana peserta diajarkan untuk membuat situs blog yang masih dianggap hal baru dan sulit dalam menggunakan komputer internet.

4. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat telah dilaksanakan di kelurahan Gandul Kecamatan Cinere sesuai dengan yang direncanakan dan telah mencapai tujuan, yaitu menumbuhkan semangat bagi pelaku usaha dalam memasarkan secara online.
2. Pemahaman mengenai pemasaran secara online dengan membuat situs blog yang dimiliki peserta sebagian besar pada kategori baik, karena pemasaran secara online dengan membuat situs blog menggunakan www.123.Website.co.id merupakan hal yang baru.

B. Saran

1. Kegiatan PPM ini perlu ditindaklanjuti dengan memberikan pelatihan mengenai pembukuan akuntansi sederhana, karena dengan semakin maju dan berkembangnya usaha yang dijalankan maka perlu adanya pembukuan yang tercatat baik hal ini akan memudahkan bagi pelaku usaha bila ingin menambah modal dengan meminjam kredit bank.

2. Bimbingan intensif dari Tim UPNVJ perlu dilakukan sehingga jalinan kemitraan kampus dengan masyarakat dapat tumbuh berkembang dan saling menguntungkan.

Daftar pustaka

- Bertha Silvia Sutejo, 2006, Internet marketing: Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran, Jurnal Manajemen, Vol 6, No.1, Nov 2006
- Fandi Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dedi Adriana, 2008, Pemasaran Strategik, Penerbit Andy, Jakarta
- Fandi Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dedi Adriana, 2011, Service, Quality dan Satisfaction, Penerbit Andy, Jakarta.
- <http://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html> (akses 10/12017)
- <http://bisnisukm.com> (akses 10/12017)
- Kotler, Philip Armstrong Gary, 2012, Principles of Marketing, Fourteen Edition, Pearson Education Limited, England.
- Kotler, Keller, 2009, Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga belas, Penerbit Airlangga, Jakarta.
- M.Suyanto, 2005, Artikel: Aplikasi IT untuk UKM menghadapi Persaingan Global, Kedaulatan Rakyat, Yogyakarta