

## Membangun Bisnis Di Generasi Milineal Melalui E-Commerce

Muhammad Hafidz Yusuf<sup>1</sup>, Moh. Ririn Rosyidi<sup>2</sup>, Suparno<sup>3</sup>, Nailul Izzah<sup>4</sup>, Anik Rufaidah<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Qomaruddin Gresik, Indonesia  
mohammadrosyidi@gmail.com<sup>1</sup>

| Article Info                                                 | Abstract                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Keywords:</b><br><i>Pemasaran digital,<br/>E-Commerce</i> | <p><i>This global situation in the fast and instant industrial era 4.0 will necessitate access to everything that can provide convenience to product users who don't need to leave the house, but can buy the products they need more easily with the help of IT. The advancement of information technology (IT) has created new opportunities for people's economic lives. People in the Al-Hadi Imaan Gresik Vocational School, the millennial generation, require in-depth knowledge of how to manage MSME marketing management by utilizing IT, specifically e-commerce by promoting and selling can be carried out throughout the world without time limits and at very high costs. lower than traditional promotions, so product/service offers can be made at any time. E-commerce can also generate.</i></p> <p><b>Abstrak</b></p> <p>Situasi global ini pada era industri 4.0 yang serba cepat dan instan akan kebutuhan akses dalam segala hal yang bisa memberikan kenyamanan terhadap pengguna produk yang tidak memerlukan keluar dari rumah cukup dengan hanya di rumah, untuk membeli produk yang dibutuhkan semakin mudah dengan didukung IT. Kemajuan teknologi informasi (TI) telah menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat. Generasi milenial di SMK Al-Hadi Imaan Gresik membutuhkan pengetahuan yang mendalam tentang bagaimana mengelola manajemen pemasaran UMKM melalui pemanfaatan IT, khususnya era digital pemasaran ini di mana menjual dan proses promosi produk dapat dilakukan dengan waktu yang singkat di mana produk tersebut memiliki nilai jual yang baik dan dibutuhkan oleh konsumen <i>e-commerce</i> untuk bisa membuka peluang besar agar bisa menjualnya. Generasi milenial ini akan diajarkan bagaimana mengenali dan memanfaatkan peluang bisnis yang baik dan tepat.</p> |

### Corresponding Author:

Nama Penulis : Moh. Ririn Rosyidi  
Fakultas Teknik  
Universitas Qomaruddin  
E-mail : mohammadrosyidi@gmail.com

### 1. PENDAHULUAN

Dalam situasi global ini pada era industri 4.0 yang serba cepat dan instan akan kebutuhan akses dalam segala hal yang bisa memberikan kenyamanan terhadap pengguna produk yang tidak memerlukan keluar dari rumah cukup dengan hanya di rumah, untuk membeli produk yang dibutuhkan semakin mudah dengan didukung IT. Kemajuan teknologi data (TI) pernah menciptakan kesempatan ekonomi anyar buat masyarakat (Wardiana, 2002). Dengan kesuksesan itu, tidak tampak lagi restriksi buat menambah pangsa pasar selagi menawarkan sesuatu produk ataupun servis yang dipunyai oleh pelaku usaha (Lubis, 2016).

Seluruh dunia juga sedang mengalami krisis global yang disebabkan oleh virus Covid-19 yang masih terus berlangsung. Perekonomian global, di sisi lain, mulai pulih dan diperkirakan akan tumbuh positif di tahun 2021.

Menyusul peluang yang tajam pada Q2-2020, mengalami tren naik (positif) dan pemulihan perekonomian secara keseluruhan dunia dan pemerintah juga mendukung UMKM yang merupakan pondasi ekonomi yang bisa menyokong di Indonesia ini. Dan jumlah UMKM yang berada di Indonesia ini yakni 64,19 juta, dengan Usaha Mikro dan Kecil mencapai 64,13 juta atau sekitar 99,92% dari total sektor usaha yang ada saat ini. UMKM sempat terpuruk akibat wabah COVID-19 yang berimbas pada daya beli oleh konsumen saat ini. Menurut laporan Kata data Insight Center-(KIC), UMKM (82,9%) ini terdampak akibat covid ini yang berujung mengalami menurunnya pembelian baik jasa/produk yang dihasilkan, sedangkan sisa (5,9%) ini mengalami hal yang baik/positif akibat dampak global covid-19 ini (Perekonomian & Indonesia, 2021).

Masyarakat yang berada di Lingkungan SMK Al-Hadi Imaan Gresik para generasi milenial ini memerlukan pengetahuan yang mendalam bagaimana cara untuk mengelola manajemen pemasaran UMKM dengan pemanfaatan IT yakni *e-commerce* dengan cara mempromosikan dan berkesempatan menjual produk tanpa batas lokasi, sehingga dari yang manual menjual, atau satu lokasi ke lokasi lain memerlukan waktu dan tenaga yang lama, dengan adanya bisnis *e-Commerce* ini bisa menghadirkan solusi yang tepat tanpa harus datang langsung ke konsumen hanya menjual secara online bisa laku terjual. Bisnis *e-commerce* bisa membuka juga peluang bisnis yang baru baik jasa/barang yang akan dijual nantinya tanpa memerlukan penyimpanan barang atau toko terlebih dahulu untuk bisa berjualan (Prasetio et al., 2021).

Para generasi milenial ini akan diberikan pengetahuan dan bagaimana cara memanfaatkan peluang Bisnis yang baik dan benar di SMK Al-Hadi Imaan Gresik yang diselenggarakan oleh Universitas Qomaruddin Gresik Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri, dapat akan mampu memberikan solusi terhadap pengetahuan bisnis UMKM secara digital pada generasi milenial ini, dan diperuntukkan kepada generasi milenial yang ingin memanfaatkan teknologi *e-commerce*, sehingga mampu bersaing dalam bisnis global dan meminimalisir kegagalan di awal membangun bisnis dengan memanfaatkan *e-commerce*. Masyarakat generasi milenial ini diharapkan dapat berpartisipasi dalam kegiatan tersebut, dan diharapkan PPM (Pengabdian Masyarakat) terus melakukan kegiatan pengabdian masyarakat seperti ini secara rutin dan dengan memberikan berbagai materi dalam upaya meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berkontribusi pada masyarakat yang sejahtera (Sarifudin et al., 2020).

Karena mitra/mahasiswa belum mengetahui cara membuat dan mengelola produk agar dapat dijual dengan mudah tanpa perlu pemasaran konvensional, manajemen mitra usaha belum memiliki pengetahuan untuk mengelola penggunaan IT untuk *e-commerce* dengan baik. Lima Strategi Pemasaran *E-commerce* untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online, yaitu 1. Upsell Produk 2. Berkomunikasi dengan Pelanggan Menggunakan Fitur Live Chat, 3. Ramalan Penjualan di Masa Depan, 4. Optimalkan Halaman Produk Anda, dan 5. Terima Pelanggan Setia (Harmayani et al., 2020).

Mitra Bisnis masih belum tahu bagaimana cara memanfaatkan IT untuk membangun langkah awal bisnis/usaha menjual produk secara online sehingga akan menghasilkan penghasilan dengan *e-commerce marketing*. Solusi untuk Mendapatkan pemecahan masalah mitra ini secara sistematis di Lingkungan SMK Al-Hadi Imaan Gresik dalam melakukan penjualan produk *e-commerce marketing* yakni : agar bisa memanfaatkan IT untuk *e-commerce marketing* guna bisa menjual produk sebanyak-banyaknya dan mengetahui cara menggunakan *e-commerce marketing* untuk bisa bertransaksi produk yang akan dijual, kiat untuk meminimalkan kegagalan dalam membangun Bisnis secara mandiri.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode dan Tahapan Pelaksanaan Kegiatan.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan menyajikan materi dan menerapkannya langsung kepada peserta yang hadir, dengan menggunakan media LCD proyektor untuk menampilkan slide materi sehingga peserta dapat melihat dan memahaminya. Dan, dalam melaksanakan kegiatan pelatihan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif (Noor, 2010). Usai pemaparan materi, para peserta diberikan kesempatan untuk mencoba aplikasi *e-commerce* dan mengajukan pertanyaan agar apa yang telah dijelaskan oleh Tim Pengabdian dapat dipahami sepenuhnya.

Kegiatan masing-masing tahapan yakni:

1. Tahap Perencanaan
  - a. Tim pengusul melakukan perumusan masalah untuk menentukan prioritas pemecahan masalah, menyusun kerangka pemecahan masalah berdasarkan masalah yang dipilih, dan merumuskan tahapan kegiatan yang akan dilakukan oleh tim pengusul pada tanggal 20 Februari 2022 di SMK Al-Hadi Imaan Gresik.

- b. Tim pengusul menyiapkan peralatan penyuluhan yang lengkap, seperti alat tulis, leaflet, laptop, infocus, dan bahan untuk presentasi nanti di SMK Al-Hadi Imaan Gresik bekerja sama dengan pihak sekolah.
  - c. Tim pengusul menyiapkan peralatan yang diperlukan untuk pengabdian masyarakat.
  - d. Tim pengusul mengedukasi mitra dan mahasiswa tentang pentingnya penggunaan aplikasi *e-commerce* dengan menjelaskan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Tahap Aksi
    - a. Pengabdian masyarakat melalui penyuluhan Setelah mengangkat tema penyuluhan, tim pengusul melakukan penyuluhan hubungan penerima manfaat aplikasi *e-commerce*. *E-commerce* adalah singkatan dari *electronic commerce*, yaitu proses jual beli yang terjadi antara penjual dan pembeli tanpa mereka bertatap muka di toko fisik. Alhasil, semua transaksi jual beli dilakukan melalui media elektronik, khususnya online. Teknologi mumpuni yang ada, seperti *smartphone*, laptop, atau perangkat lain yang dapat memproses transaksi online dan secara otomatis menjalankan sistem manajemen inventaris, mendukung aktivitas *e-commerce* yang sedang berjalan (Maulana, 2015).
    - b. Menjalankan simulasi tentang memulai bisnis di generasi milenial menggunakan *e-commerce* dan mampu menekan tingkat kegagalan bisnis sehingga mampu bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis (Triani, 2012).
  3. Tahap Pengamatan proses pembinaan bagi siswa dalam hal penyuluhan dan simulasi dilakukan (Hasanah, 2017). Kendala, kekurangan, dan kelemahan yang muncul dalam proses pelatihan yang akan dilaksanakan merupakan beberapa hal yang dicermati
  4. Tahap Evaluasi
    - a. Tim pengusul melakukan wawancara langsung dengan mitra usaha untuk mengetahui sejauh mana mereka mengetahui penggunaan aplikasi *e-commerce* (observasi lapangan).
    - b. Melalui tanya jawab langsung kepada mitra usaha, tim pengusul kembali menganalisis hasil wawancara sebagai ukuran keberhasilan penggunaan aplikasi *e-commerce*.

#### Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

PkM ini dilakukan pada bulan maret-2022, yang mana perencanaan PkM abdimas, monitoring lokasi, sampai evaluasi kegiatan PkM dan juga laporan dari hasil kegiatan tersebut. Adapun lokasi yang dilakukan pada PkM ini dengan mitra bisnis di SMK Al-Hadi Imaan Gresik, JL. Imaan, RT. 05 RW. 03, Ima An, Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61155. Unsur-unsur yang Terlibat yakni : Siswa SMK, Kepala-Sekolah dan Guru PJ untuk penempatan lokasi PkM, Dosen Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Universitas Qomaruddin Gresik, Mahasiswa prodi Program Studi Teknik Industri 2 orang.

### 3 PEMBAHASAN

PkM di SMK Ma'arif Al-Hadi meliputi rangkaian kegiatan mulai dari penyiapan lokasi PkM dan perencanaan kebutuhan permintaan produk dari perspektif usaha *e-commerce* ini, serta pendidikan dalam bentuk pembuatan e-bisnis dan social commerce di beri tahu untuk mahasiswa yang menggunakan *smartphone*. SMK Ma'arif Al-Hadi. informasi kegiatan dan jadwal PkM yakni sudah diketahui oleh pihak SMK Al-Hadi, dan pihak fakultas memandang perlu adanya pelatihan ini, khususnya bagi para mahasiswa, karena membutuhkan pengetahuan tentang pemanfaatan *e-commerce* dan social e-bisnis bagi para siswa SMK Al-Hadi. Dalam hal ini, kami sebagai langkah awal untuk bisa berkeinginan dengan memberikan paparan dan edukasi kepada mahasiswa Al-Hadi tentang pemanfaatan *e-commerce* dan sosial e-bisnis, kami dapat memberikan berkah dan ilmu yang sangat mendalam, khususnya dalam hal pertumbuhan ekonomi dan bisa meningkatkan pengetahuan mengenai *e-commerce*.

Banyak sekali manfaat *e-commerce*, penggunaan media yang terpusat untuk menciptakan inovasi-inovasi baru yang dapat membantu aktivitas siswa sehari-hari, berikut adalah beberapa manfaat *e-commerce*. Memfasilitasi komunikasi pelanggan dengan produsen berbelanja dan berpromosi tanpa harus kembali langsung ke toko juga membuat e-trade sangat menguntungkan, meskipun produknya tidak sesuai, Anda hanya perlu mencarinya di toko lain tanpa harus berjalan-jalan, Anda cukup harus duduk dan menonton. Mengajukan pertanyaan juga sangat mudah, umumnya banyak website *e-commerce* yang menawarkan fitur chat atau berbagai kontak sehingga konsumen dapat menanyakan barang atau ketersediaan barang lain sebelum membeli. Melakukan promosi jasa atau produk memberikan layanan yang dapat memuaskan pembeli dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan *e-commerce*, sementara pembeli utama mungkin sangat puas dengan layanan atau produk yang disediakan, konsumen dapat menjadi klien setia.

Tidak hanya itu saja, kesepakatan yang terjalin antara konsumen dan produsen juga dapat mendatangkan lebih banyak konsumen yang berbeda, umumnya konsumen yang sudah percaya dengan kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh produsen, konsumen akan meng-endorse kepada teman atau keluarga sendiri dan barang-barang lainnya. seperti ini membuat perdagangan elektronik sukses. dikenal banyak manusia. Luasnya periklanan dan pemasaran, media internet yang dapat dengan mudah diakses dari berbagai negara dan wilayah menjadi alasan untuk mengiklankan dan memasarkan produk melalui media online, salah satunya adalah media sosial yang memiliki begitu banyak pelanggan dan dapat dengan mudah mendapatkan informasi hanya dengan mengetik. kata yang diinginkan. Perdagangan elektronik juga dibuat pada awalnya dengan tujuan memungkinkan pelapak untuk mempromosikan barang dagangannya dalam skala yang lebih luas. Go international juga menjadi keinginan para pelapak online untuk memasarkan dan meraih banyak keuntungan.



Gambar 1: Sesi Pemaparan bisnis E-Commerce dan Social Commerce

Pada pemaparan ini pemateri PkM menjelaskan peluang yang ada di *e-commerce* sangatlah mudah yang penting mempunyai keinginan yang kuat dalam pemasaran secara digital pada siswa SMK Al-Hadi dan bagaimana pemanfaatn itu berkelanjutan sehingga dapat memberikan income terhadap penggunanya itu sendiri.



Gambar 2: Pelatihan Pembuatan Bisnisl Toko Online

Di mana siswa akan diajarkan mengenai *e-commerce* ini terkait langkah awal memulai usaha di era digital, tidak hanya langkah memulai tetapi kiat dan cara bagaimana untuk bisa bisnis itu bisa berjalan dan mempunyai value/nilai tambah terhadap margin yang didapatkan setelah bisnis itu dilakukan, bisnis *e-commerce* ini mempunyai keuntungan yang baik yang yakni pangsa pasarnya nasional, tidak ribet cukup pesan produk dengan memanfaatkan teknologi saat ini. Pemasaran digital hadir sebagai solusi bagi konsumen untuk mengatasi hal-hal demikian. Digital marketing mengedepankan kemudahan berbelanja tanpa harus banyak berkorban seperti tenaga, waktu, dan biaya lain selain pembelian (Sari, 2020).



Gambar 3: Proses dokumentasi penyampaian dengan pihak pengabdian masyarakat SMK Al-Hadi

Luaran yang dicapai yakni pelatihan dasar digital entrepreneurship, Setelah berpartisipasi dalam lokakarya ini, generasi pengusaha berikutnya akan dapat memulai bisnis mereka sendiri dengan mengurangi ketergantungan mereka pada teknologi untuk mendapatkan hasil yang positif dan dengan mempelajari cara membuat rencana bisnis yang jelas. Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pengusaha Digital Pada saat ini, mahasiswa yang sudah membeli produk harus membuat akun Shopee, sedangkan yang belum memiliki produk harus menjadi reseller atau dropshipper.

#### 4 KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

##### 4.1 Kesimpulan

Pengabdian Masyarakat ini mengajarkan siswa SMK Al-Hadi mengenai manfaat dari penggunaan *e-commerce* dan sosial e-bisnis. Smartphone siswa digunakan untuk membuat bagaimana membuat registrasi akun versi toko dan bagaimana menjualnya dengan baik sehingga bisa menarik konsumen. PkM ini membuat siswa bisa mengelola dan mengoperasikan secara online bagaimana *e-commerce* ini bisa berjalan sesuai dengan perencanaan yang dari infrastruktur sudah banyak pemakainya dalam menjual produk/jasa secara *e-commerce* dan bagi tim pengabdian Dosen Prodi Teknik Industri untuk berkolaborasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat lainnya.

##### 4.2 Saran/Rekomendasi

Diharapkan dengan adanya pelaksanaan PkM ini berupa informasi langkah secara teknis yang lebih mendalam tentang cara mempergunakan pemanfaatan *e-commerce* dan social-commerce secara efisien dan efektif. Disarankan agar kegiatan kewirausahaan siswa ini didukung oleh kurikulum sekolah. Memberikan informasi untuk PkM dengan pemanfaatan secara digital juga akan diperluas, dan akan ada tindak lanjut untuk memastikan perencanaan program terkomunikasikan secara baik.

## REFERENSI

- Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaeen, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.
- Lubis, T. A. (2016). Pemanfaatan teknologi informasi pada usaha mikro kecil dan menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 3(3), 163–174.
- Maulana, S. M. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Noor, I. H. (2010). Penelitian dan pengabdian masyarakat pada perguruan tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 16(3), 285–297.
- Perekonomian, K. K. B., & Indonesia, R. (2021). *Dukungan pemerintah bagi UMKM agar pulih di masa pandemi*.
- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaeen, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., Jamaludin, J., Harmayani, H., Putra, S. H., & Irdawati, I. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291–300.
- Sarifudin, S., Maya, R., Maulidina, Y., Rahayu, S., & Anggraini, R. P. (2020). Pemberdayaan masyarakat perkotaan di masa pandemi Covid 19 dalam meningkatkan kesejahteraan, kesehatan dan pendidikan melalui program ecomasjid di Kelurahan Margajaya Kecamatan Bogor Barat Kota Bogor. *Khidmatul Ummah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01), 39–53.
- Triani, N. N. A. (2012). Penerapan Strategi It E-Commerce Sebagai Peningkatan Persaingan Bisnis Perusahaan. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 3(2), 209–224.
- Wardiana, W. (2002). *Perkembangan teknologi informasi di Indonesia*.
-