

KELEMAHAN PENGGUNAAN PEMASARAN SECARA ELEKTRONIK DAN STRATEGI UNTUK MENGATASINYA DI KELURAHAN MERUYA SELATAN

Dipa Mulia¹

¹Universitas Mercu Buana

Meruya Selatan - Jakarta

dipa.mulia@mercubuana.ac.id

Abstract

The 2024 Community Service Program was implemented in Meruya Selatan Subdistrict by taking the topic of the obstacles experienced by the community when using e-marketing and e-commerce. This obstacle greatly influences the use of e-marketing and e-commerce technology which is believed to simplify and increase the efficiency of community activities. This program provides input and additional insight to the community to be able to overcome these obstacles so that internet-based technology can be used optimally. The main barriers for participants were access to marketing and funding. Internet technology is believed to be able to resolve participants' barriers, so that the barriers of internet use need to be overcome.

Kata kunci : e-commerce; e-marketing; Solution

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tahun 2024 ini dilaksanakan di Kelurahan Meruya Selatan dengan mengambil topik hambatan hambatan yang dialami masyarakat ketika menggunakan Pemasaran secara Elektronik (*e-marketing*) dan Perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*). Hambatan ini sangat mempengaruhi pemanfaatan teknologi Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara Elektronik yang diyakini dapat mempermudah dan meningkatkan efisiensi aktivitas masyarakat. Program ini memberikan masukan dan tambahan wawasan kepada masyarakat untuk dapat mengatasi hambatan tersebut sehingga teknologi yang berbasis internet ini dapat digunakan secara maksimal. Hambatan utama peserta adalah akses terhadap pemasaran dan pendanaan. Teknologi internet diyakini dapat menyelesaikan hambatan para peserta, sehingga hambatan penggunaan internet perlu diatasi

Kata kunci : e-commerce; e-marketing; Solusi

Pendahuluan

Dunia maya dan teknologi internet sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari bagi konsumen, hal ini menuntut produsen untuk beradaptasi dengan strategi Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara Elektronik. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa pengguna internet Indonesia di tahun 2024 mencapai 221.563.479. Kehadiran Perdagangan secara Elektronik tidak hanya mengubah perilaku konsumen, tetapi juga menyajikan potensi luas bagi bisnis mikro, kecil, maupun menengah (UMKM) untuk berkembang secara ekonomi, terutama di negara-negara seperti Indonesia (Wahyudin et al., 2022).

Beberapa penelitian terdahulu membahas terkait dengan penggunaan Pemasaran secara Elektronik atau digital marketing dalam pemasaran modern, diantaranya adalah Utomo, et al (2023) menyatakan bahwa digital

marketing memiliki hubungan positif serta signifikan dengan keputusan pembelian. Sementara, Mawardi (2021) menyebutkan sebaliknya yakni digital marketing tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Salah satu implementasi dari Pemasaran secara Elektronik adalah menggunakan situs sebagai alat bantu. Penelitian Dapas, et al (2019) mengatakan bahwa mutu informasi sebagai dimensi dari kualitas situs berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Mengingat pentingnya strategi Pemasaran secara Elektronik maka sangat relevan untuk mengangkat topik Pemasaran secara Elektronik dalam Program Pengabdian Kepada Masyarakat.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tahun 2024 ini dilakukan di Kelurahan Meruya Selatan. Menurut data dari *OpenStreetMap* (2024) Kelurahan Meruya Selatan terletak di Kecamatan Kembangan,

Jakarta Barat. Kelurahan ini memiliki luas 1,27 kilometer persegi dan dihuni oleh sekitar 26.000 jiwa. Kelurahan Meruya Selatan berbatasan dengan Kelurahan Meruya Utara di sebelah utara, Kecamatan Karang Tengah di sebelah barat, Kelurahan Srengseng di sebelah timur dan Kelurahan Kembangan Selatan di sebelah selatan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Administrasi Jakarta Barat pada tahun 2022, jumlah pengguna internet di Kelurahan Meruya Selatan sebanyak 22.447 jiwa, atau sekitar 88,3% dari jumlah penduduk. Jumlah pengguna internet laki-laki sebanyak 49,82% dan jumlah pengguna internet perempuan sebanyak 50,18%. Rata-rata usia pengguna internet di Kelurahan Meruya Selatan adalah 34,8 tahun. Rentang usia pengguna internet paling banyak adalah 25-34 tahun, yaitu sebanyak 36,74%. Tingkat pendidikan pengguna internet di Kelurahan Meruya Selatan cukup tinggi, sebanyak 70,48% pengguna internet telah menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) atau yang lebih tinggi. Pekerjaan utama (profesi) pengguna internet di Kelurahan Meruya Selatan adalah sebagai karyawan swasta, yaitu sebanyak 35,66%. Pekerjaan lainnya adalah pedagang, buruh, dan PNS. Pengguna internet di Kelurahan Meruya Selatan menggunakan internet untuk berbagai keperluan, seperti untuk mengakses informasi, berkomunikasi, belajar, dan bekerja. (BPS Jakarta Barat, 2022).

Potensi pengguna internet yang cukup besar di kelurahan Meruya Selatan ini memberikan peluang yang besar pula kepada terjadinya aktivitas ekonomi yang melibatkan media internet sebagai alat bantuannya, salah satunya adalah aktivitas Pemasaran secara Elektronik. Pemasaran secara Elektronik merupakan strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan media internet sebagai alat bantuannya (Turban, 2015). Manfaat penggunaan internet dalam dunia usaha sudah tidak diragukan lagi, dengan adanya internet diperoleh manfaat diantaranya adalah cakupan yang luas, biaya yang relatif murah dan efektivitas yang lebih tinggi (Arafa, 2010). Perkembangan teknologi internet bukan hanya memaksa penjual untuk menggunakannya akan tetapi juga memaksa konsumen untuk beralih menggunakan situs Perdagangan secara Elektronik dalam bertransaksi (Irawati

dan Prasetyo, 2021). Mengenalkan produk dengan memanfaatkan teknologi internet atau media digital dapat diartikan sebagai Pemasaran secara Digital. Pemasaran secara Digital memungkinkan pengusaha untuk dapat memasarkan produk secara cepat, sesuai target pasar yang relevan dengan produk yang ada (Arimbi, 2020; Reedy, et.al., 2000). Bentuk Pemasaran secara Elektronik antara lain adalah Perdagangan secara Elektronik, Optimisasi Mesin Pencari, Pemasaran melalui surat elektronik, dll (Kotler dan Keller, 2020). Harris et. al., (2020) menyampaikan bahwa Pemasaran secara Elektronik menggambarkan usaha-usaha perusahaan untuk memperkenalkan dan menjual produk dengan memanfaatkan teknologi internet sehingga Perdagangan secara Elektronik merupakan bagian dari Pemasaran secara Elektronik.

Tingkat aktivitas Perdagangan secara Elektronik di Kelurahan Meruya Selatan diperkirakan meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2022, nilai transaksi Perdagangan secara Elektronik di Kelurahan Meruya Selatan mencapai Rp 1,2 triliun, atau sekitar 6% dari total nilai transaksi Perdagangan secara Elektronik di Jakarta Barat.

Peningkatan ini didorong oleh beberapa faktor, seperti:

- a. Peningkatan jumlah pengguna internet di Kelurahan Meruya Selatan
- b. Peningkatan penetrasi telepon pintar
- c. Peningkatan kesadaran masyarakat akan kemudahan dan kenyamanan berbelanja daring.

Berikut adalah beberapa jenis produk yang paling banyak dibeli secara daring di Kelurahan Meruya Selatan:

- a. Pakaian
- b. Elektronik
- c. Kebutuhan sehari-hari
- d. Makanan dan minuman
- e. Perlengkapan rumah tangga

Peningkatan aktivitas Perdagangan secara Elektronik di Kelurahan Meruya Selatan memiliki dampak positif bagi perekonomian masyarakat. Hal ini menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan meningkatkan daya beli masyarakat.

Berikut adalah beberapa potensi pengembangan Perdagangan secara Elektronik di Kelurahan Meruya Selatan:

- a. Pengembangan produk-produk lokal
- b. Pengembangan layanan pengiriman barang yang lebih cepat dan terjangkau
- c. Pengembangan edukasi dan literasi Perdagangan secara Elektronik bagi masyarakat

Dengan pengembangan yang tepat, Perdagangan secara Elektronik dapat menjadi salah satu pilar penting perekonomian Kelurahan Meruya Selatan. UMKM dan mikro ekonomi yang menggunakan Perdagangan secara Elektronik di Meruya Selatan sangat beragam. Berikut adalah beberapa contoh UMKM dan mikro ekonomi yang menggunakan Perdagangan secara Elektronik di Meruya Selatan antara lain adalah toko baju, toko makanan dan minuman, penjual perlengkapan rumah tangga.

Masyarakat di wilayah Meruya Selatan yang aktif menggunakan internet dalam bertransaksi ternyata meninggalkan beberapa masalah khususnya terkait dengan sengketa perdagangan melalui Perdagangan secara Elektronik. Tingkat penipuan Perdagangan secara Elektronik di wilayah Meruya Selatan cukup tinggi. Berdasarkan data dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) DKI Jakarta, jumlah pengaduan kasus penipuan Perdagangan secara Elektronik di wilayah Meruya Selatan pada tahun 2022 mencapai 200 kasus. Jumlah ini meningkat dari tahun 2021 yang hanya mencapai 150 kasus. (BPSK DKI, 2023). Upaya meningkatkan penjualan dengan menggunakan teknologi internet kadang kerap melanggar etika (Ng dan Kasih, 2020).

Secara umum permasalahan yang dihadapi masyarakat di Kelurahan Meruya Selatan adalah meningkatkan pendapatan usaha dengan memanfaatkan teknologi internet dan pada saat yang bersamaan juga menghindari kerugian akibat kelemahan dari Perdagangan secara Elektronik yang sangat mengandalkan teknologi. Terjadinya sengketa dan penipuan dalam transaksi Perdagangan secara Elektronik di wilayah Kelurahan Meruya Selatan mengakibatkan munculnya rasa khawatir dalam menggunakan teknologi. Keunggulan teknologi internet dalam Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara

Elektronik tidak dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan pendapatan.

Program PkM tahun 2024 ini bertujuan untuk memberikan solusi bagi masyarakat di Kelurahan Meruya Selatan untuk dapat memanfaatkan teknologi internet dalam mensejahterakan kehidupan masyarakat dalam bertransaksi baik dalam posisi sebagai pembeli (konsumen) maupun sebagai penjual.

Metode Pelaksanaan

Program PkM ini diawali dengan dilakukannya survey oleh beberapa orang dosen di wilayah Kelurahan Meruya Selatan untuk mendapatkan informasi terkait dengan pelaku usaha skala mikro di wilayah tersebut. Hal ini penting dilakukan dengan tujuan agar pelaksanaan program PkM dapat bermanfaat dan dapat segera diimplementasikan. Selanjutnya dilakukan pemilihan topik berdasarkan hasil survey dan menyiapkan bahan paparan. Pelaksanaan Program PkM 2024 ini dilakukan dengan cara menyampaikan paparan kepada peserta terkait dengan Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara Elektronik baik secara umum dan khususnya terkait manfaat dan hambatan yang ada dalam menggunakan Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara Elektronik. Tahap akhir adalah pelaksanaan Program PkM yang membahas manfaat dan hambatan Perdagangan secara Elektronik. Manfaat Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara Elektronik sudah cukup banyak dikenal masyarakat, maka dalam paparan ini pembahasan lebih menitik-beratkan kepada hambatan hambatan yang ada di masyarakat yang berakibat kepada keengganan masyarakat untuk menggunakan Perdagangan secara Elektronik dan Pemasaran secara Elektronik meskipun manfaatnya sudah diketahui bersama. Pada tahap akhir pelaksanaan program PkM dilakukan evaluasi terkait dengan manfaat program bagi peserta. Evaluasi dilakukan dengan cara pengisian kuesioner oleh para peserta.

Peserta dalam program PkM di Kelurahan Meruya Selatan ini pada dasarnya terbuka bagi masyarakat umum yang sudah mengetahui keberadaan Perdagangan secara Elektronik dan masyarakat yang juga beraktivitas sebagai pedagang yang sudah mengetahui keberadaan

fasilitas Perdagangan secara Elektronik . Masyarakat umum yang biasanya bertindak sebagai pembeli dan juga masyarakat yang mempunyai usaha yang dapat menggunakan Perdagangan secara Elektronik merasa khawatir (belum terlalu yakin) dengan kehandalan teknologi Perdagangan secara Elektronik dan Pemasaran secara Elektronik ini.

Program PkM 2024 ini dilaksanakan dengan cara menyampaikan paparan kepada peserta terkait dengan Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara Elektronik secara umum berikut dengan manfaat dan hambatan yang ada. Manfaat Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara Elektronik sudah cukup banyak dikenal masyarakat, maka dalam paparan ini pembahasan lebih menitik-beratkan kepada hambatan hambatan yang ada di masyarakat yang berakibat kepada kengangan masyarakat untuk menggunakan Perdagangan secara Elektronik dan Pemasaran secara Elektronik meskipun manfaatnya sudah diketahui bersama.

Pelaksanaan Program PkM 2024 ini selain penyampaian paparan juga dilengkapi dengan tanya jawab serta diskusi antara dosen pelaksana dengan peserta, dengan demikian program ini tidak hanya merupakan penyampaian pengetahuan oleh dosen kepada peserta juga menjadi ajang Diskusi Kelompok untuk menggali masalah yang muncul dalam masyarakat terkait dengan penggunaan Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara Elektronik . Hasil diskusi ini dapat dijadikan masukan bagi program PkM selanjutnya ataupun menjadi bahan penelitian dalam karya ilmiah lainnya.

Permasalahan yang menjadi bahasan dalam program PkM ini adalah :

- a. Bagaimana Pemasaran secara Elektronik dimanfaatkan oleh pelaku usaha mikro
- b. Bagaimana masyarakat terhindar dari hal negatif yang menyertai Pemasaran secara Elektronik dan Perdagangan secara Elektronik .

Program PkM 2024 di Kelurahan Meruya Selatan ini tentunya tidak dapat dilaksanakan hanya oleh tenaga dosen. Keterlibatan kelurahan dan jajaran pimpinannya sangat berperan terutama dalam menyediakan fasilitas

berkumpul dan memberikan profil data peserta dan juga mengundang peserta berkepentingan dengan program ini. Program yang dilakukan dalam waktu satu hari ini tentunya tidak mungkin dapat mengubah perilaku masyarakat dan meningkatkan kemampuan masyarakat terkait Perdagangan secara Elektronik dan Pemasaran secara Elektronik . Forum Pemantauan dan Pengarahan diperlukan sebagai lanjutan dari progam PkM 2024 ini. Untuk itu dosen menyediakan waktu bagi peserta untuk berkonsultasi terkait paparan yang disampaikan selai itu monitoring perlu dilakukan untuk mengukur keberhasilan progam ini dengan menggunakan data sekunder seperti dari data BPS di kemudian hari. Program PkM 2024 bukan hanya bermanfaat bagi masyarakat akan tetapi juga sangat bermanfaat bagi tim pelaksananya.

Penyelesaian masalah yang dihadapi peserta dibahas secara kualitatif dengan metoda diskusi dan tukar pendapat serta pengalaman.

Hasil dan Pembahasan

Kuesioner yang disampaikan kepada 27 peserta untuk mendapatkan informasi terkait dengan profil peserta dan tanggapan peserta terkait pelaksanaan program PkM yang berlangsung. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar peserta adalah peserta usia yang suda tidak terlalu muda lagi, sekitar 70% peserta berusia di atas 40 tahun. Latar belakang Pendidikan peserta di doinasimoleh lulusan SMA/SMK berkirsat 71%. Sebagian besar peserta merupakan pemilik usaha sendiri ataupun beserta keluarga. Usaha dilakukan oleh peserta 40% masih berumur di bawah 5 tahun sehingga relatf baru dibentuk. Jenis usaha yang dgeluti cukup beragam akan tetapi di atas 65% peserta bergelut di sektor makanan. Hampir seluruh peserta mendapatkan omset masih di bawah 10 juta rupiah per bulan bahkan seluruhnya masih di bawah 15 juta rupiah per bulan, sehingga usaha ini dapat dikatakan sebagai usaha mikro. Seluruh peserta mengenal teknologi internet meskipun belun satupun dari peserta menafaatkan teknologi internet dalam usahanya.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa peserta ketika berperan sebagai konsumen menyadari adanya kelemahan dan risiko

teknologi internet dalam bertransaksi antara lain adalah:

- a. Barang yang dibeli tidak diterima/dikirimkan
- b. Barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dibeli atau dipesan
- c. Barang yang diterima dalam keadaan rusak atau tidak berfungsi
- d. Rentan terhadap pencurian data pribadi
- e. Sulit menyelesaikan sengketa transaksi online

Sedangkan peserta yang memanfaatkan teknologi internet ketika berperan sebagai produsen merasakan kelemahan teknologi internet ini, antara lain adalah:

- a. Kesulitan mengukur efektivitas
- b. Ketergantungan terhadap teknologi
- c. Kompetisi yang sangat ketat

Peserta dalam diskusi memberikan alternatif untuk memecahkan masalah yaitu melakukan sosialisasi, meningkatkan literasi dan edukasi Perdagangan secara Elektronik kepada masyarakat di Wilayah Kelurahan Meruya Selatan. Secara umum solusi yang disampaikan dalam program PkM merupakan solusi bagi masyarakat umum baik yang melakukan kegiatan ekonomi sebagai penjual maupun bagi konsumen biasa yang tidak mengambil keuntungan finansial dari aktivitas Perdagangan secara Elektronik. Manfaat yang diperoleh masyarakat dari program PkM ini adalah peningkatan kemampuan dan literasi masyarakat terkait Perdagangan secara Elektronik. Peningkatan literasi masyarakat terhadap Perdagangan secara Elektronik menanggulangi hal-hal yang menjadi kendala tumbuhnya aktivitas Perdagangan secara Elektronik saat ini, seperti penipuan di dunia maya, perselisihan antara penjual dan pembeli di Perdagangan secara Elektronik, menghindari pencurian data Pribadi, dll. Harapannya peningkatan literasi ini berdampak kepada meningkatnya transaksi Perdagangan secara Elektronik.

Seperti yang disampaikan sebelumnya bahwa masalah utama yang dihadapi peserta adalah akses terhadap pendanaan dan akses terhadap pasar. Program PkM kali ini berhasil memberikan pencerahan terkait upaya yang dapat dilakukan untuk memperbesar pangsa pasar dengan menggunakan teknologi yang berbasis internet. Setelah pembahasan

terkait aspek marketing diperoleh di atas 80% peserta menyatakan bahwa topik bahasan marketing sesuai dengan kebutuhan peserta. Hal yang sama juga terkait dengan strategi pendanaan bagi pengusaha mikro dapat dipahami dan dapat ditindak-lanjuti.

Secara keseluruhan program PkM ini sangat bermanfaat bagi peserta dan hampir seluruh peserta merasa puas dengan aktivitas PkM ini baik dari tata cara pelaksanaannya, lokasi tempat acara dilaksanakan dan juga seluruh fasilitas yang disediakan.

Berikut adalah gambar terkait dengan proses pelaksanaan program PkM tahun 2024 di Kelurahan Meruya Selatan – Jakarta,



Gambar 1: Diskusi Kelompok Peserta



Gambar 2 : Acara Peutupan

Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan dari pelaksanaan program PkM ini yaitu untuk memberikan masukan terkait dengan pemanfaatan teknologi internet dalam mengembangkan pasar dapat dikatakan bahwa tujuan ini dapat dicapai dengan tingkat kepuasan lebih kurang 80%, artinya 80% peserta menyatakan bahwa topik yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan peserta. Program PkM selanjutnya sebaiknya dapat dilakukan di tempat lain setiap tahunnya dan monitoring perkembangan terhadap

peserta di Kelurahan Meruya Selatan ini perlu dilakukan paling tidak dalam 2 bulan ke depan.

Daftar Pustaka

- Apjii.or.id (2024). Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus221-juta-orang>
- Arafa, S. S. (2010). *Marketing Information Systems*. Dar al-Raya
- Arimbi, D. F. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi SHOPEE), *STIE YKPN*
- BPS Jakarta Barat, (2022), Kota Jakarta Barat dalam Angka
- BPSK DKI Jakarta, (2023), <https://bpskdki.jakarta.go.id>
- Dapas, C.C., Sitorus, T., Purwano, E., Ihalauw, J. (2019). *The Effect of Service Quality and Website Quality of Zalora.com on Purchase Decision as Mediated by Purchase Intention*, *QUALITY Access to Success* Vol. 20, No. 169
- Harris, L.C., Kotler, P., Armstrong, G., Hongwei, H. (2020), *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Irawati, R. dan Prasetyo, I.B. (2021) "Pemanfaatan platform Perdagangan secara Elektronik melalui marketplace sebagai upaya peningkatan penjualan dan mempertahankan bisnis di masa pandemic, *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, vol. 6
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson International Edition, Prentice -Hall. USA
- Mawardi, K. (2021). Dampak Pemasaran Digital Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Inovasi Manajemen*, 1(1)
- Ng. M. dan Kasih, J.(2020) "Penerapan metode *cross selling* pada aplikasi online ismshop11 - bandung," *Media Informatika*, vol. 17,
- OpenStreetMap (2024), <https://www.openstreetmap.org>
- Reedy, Joel, Shauna Schullo and Kenneth Zimmerman, 2000, *Electronic Marketing, Integrating Electronic Resources In to*

- The Marketing Process*, The Dryden Press, Harcourt College Publishers
- Turban E, King D, Lee J K, Liang T P. Turban D., (2015), *Electronic Commerce: A Managerial and Social Network Perspective 8th Ed.*
- Utomo, J., Nursyamsi, J., & Sukarno, A. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Promosi dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja *Online* Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 100–116.