

Meningkatkan Kemampuan UMKM Kecamatan Cibadak Kabupaten Lebak Banten Melalui Workshop Sistem Daya Saing (Pelatihan Accounting, Pricing, dan Marketing Berbasis Web)

Wahyudi¹, Yoko Tristiarto², Yul Tito Permadhy³, Anita Nopiyanti⁴

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Jl. RS. Fatmawati No. 1 Jakarta Selatan 12450

Email : ¹wahyudi@upnvj.ac.id; ²yoko.tristiarto@upnvj.ac.id; ³yul.tito@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia mendorong pemerintah untuk membangun struktur ekonomi dengan mempertimbangkan keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini telah terbukti memberikan lapangan kerja dan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang di masyarakat. Keberadaan UMKM tidak dapat diragukan karena terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi, terutama setelah krisis ekonomi. Di sisi lain, UMKM juga menghadapi banyak masalah, yaitu keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurang cakupannya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM adalah hubungan dengan prospek bisnis yang kurang jelas dan visi perencanaan dan misi yang belum stabil. Pemberian informasi dan jaringan pasar, kemudahan akses pendanaan dan pendampingan serta peningkatan kapasitas teknologi informasi merupakan beberapa strategi peningkatan daya saing UMKM Indonesia.

Dalam hal ini perlu perhatian khusus untuk para UMKM terutama untuk pencatatan usaha, menentukan HPP dan masalah pemasaran. Upaya untuk mengembangkan industri 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 UMKM dapat terus berperan dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Indonesia.

Kata Kunci : Accounting, Pricing, Marketing, UMKM.

ABSTRACT

The lack of solid Indonesian economic fundamentals has prompted the government to build an economic structure by taking into account the existence of Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs). This sector has been proven to provide jobs and provide opportunities for SMEs to develop in society. The existence of SMEs cannot be doubted because they have proven to be able to survive and become an economic driver, especially after the economic crisis. On the other hand, SMEs also face many problems, namely limited working capital, low human resources, and inadequate mastery of science and technology. Another obstacle faced by MSMEs is the unclear relationship with business prospects and unstable planning vision and mission. Providing information and market networks, easy access to funding and assistance as well as increasing information technology capacity are some strategies to increase the competitiveness of Indonesian SMEs.

In this case, special attention is needed for SMEs, especially for business records, determining HPP and marketing problems. Efforts to develop small and medium industries, then these weaknesses must be overcome. This is where the role of universities as educational institutions can be more involved and help overcome existing problems so that it is hoped that MSMEs can continue to play a role in Indonesia's economic growth and development.

Keywords: Accounting, Pricing, Marketing, SMEs.

1. PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) dalam

perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral. Beberapa peran

strategi usaha kecil menengah adalah, ikut serta dalam proses pemerataan pembangunan ekonomi, menunjang peningkatan pertumbuhan ekonomi, menciptakan kesempatan berusaha serta menciptakan dan memperluas lapangan kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak.

Data statistik Kemenkop menunjukkan tahun 2019 golongan usaha besar terdapat 5.639 unit usaha, menengah (sedang) 65.465 unit usaha, kecil 798.679 unit usaha, sedangkan usaha kecil mikro menciptakan 64.601.352 unit usaha. Penyerapan tenaga kerja dari UMKM sebesar 119.562.843 atau sebesar 96,92% dari total tenaga kerja. Kemenkop "Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia" Harian Kompas, 29 Agustus 2014.

Tetapi kenyataannya usaha kecil itu belum mampu mengembangkan potensi dan perannya secara optimal. Kondisi usaha kecil masih relatif lemah, sebagian masih terbatas pada usaha pemenuhan kebutuhan konsumsi lokal ataupun lingkungan dimana usaha tersebut berada. Perlu digaris bawahi bahwa lebih dari 99,9% pelaku usaha adalah Usaha Mikro dan Kecil, dengan skala usaha yang sulit berkembang karena tidak mencapai skala usaha yang ekonomis. Dengan badan usaha perorangan, kebanyakan usaha dikelola secara tertutup, dengan Legalitas usaha dan administrasi kelembagaan yang sangat tidak memadai.

Upaya pemberdayaan UMKM makin rumit karena jumlah dan jangkauan UMKM demikian banyak dan luas, terlebih bagi daerah tertinggal, terisolir dan perbatasan. UMKM juga menghadapi persoalan rendahnya kualitas sumberdaya manusia. Kebanyakan SDM Kope-

rasi dan UMKM berpendidikan rendah dengan keahlian teknis, kompetensi, kewirausahaan dan manajemen yang seadanya. Hal ini perlu disadari sedari dini, karena sebagai penopang penciptaan wirausaha baru, jumlah dan keberadaan lembaga pengembangan usaha, Lembaga diklat dan inkubator sangat sedikit dan jauh dan memadai. Masalah klasik lain yang dihadapi UMKM adalah terbatasnya akses UMKM kepada sumberdaya produktif terutama terhadap bahan baku, permodalan, teknologi, sarana pemasaran serta informasi pasar. Berkaitan dengan akses teknologi, kebanyakan Koperasi dan UMKM menggunakan teknologi sederhana, kurang memanfaatkan teknologi yang lebih memberikan nilai tambah produk.

Demikian juga UMKM sulit untuk memanfaatkan informasi pengembangan produk dan usahanya. Upaya pemberdayaannya diliputi juga dengan adanya ketimpangan dalam penguasaan sumberdaya produktif baik antar pelaku usaha, antar daerah maupun antara pusat dan daerah. Kondisi di atas telah berakibat serius terhadap rendahnya produktivitas dan daya saing produk UMKM. Terlebih UMKM tidak memiliki jaringan pasar dan pemasaran yang luas. Kebanyakan mereka hanya memiliki akses pasar di tingkat lokal, atau yang paling maju mereka dapat melakukan sedikit ekspor melalui usaha menengah dan besar yang berlaku sebagai perantara.

Kondisi yang demikian, disebabkan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM. Keterbatasan kemampuan pengelolaan usaha, modal kerja, serta kelangkaan akan sarana usaha yang dimiliki. (Mudjiarto, 2013). Dengan keterbatasan di atas merupakan permasa-

lahan yang penting bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut tidak mungkin dapat dipecahkan sendiri oleh UMKM. Dibutuhkan bantuan dari pemerintah dan strategi dalam penyelesaian masalah, dan pengembangan potensi dengan pendekatan pembinaan. Dimulai dari memperkuat motivasi, mentalitas kewirausahaan serta kemandirian, meningkatkan kemampuan dan ketrampilan manajerial sampai pada penguasaan teknologi. (Rojuaniah 2014).

Luas Kecamatan Cibadak adalah 2,27 km persegi. Jumlah penduduk 23.836 jiwa, dengan kepadatan penduduk sebesar 10.500 jiwa/km². Profesi Penduduk ada yang peternak, karyawan industri, berdagang dan jasa bengkel. Dari informasi yang didapat masih belum banyak para pelaku UMKM yang mencatatkan usahanya dengan baik, menentukan atau menghitung harga jual dengan benar, dan memanfaatkan sarana Teknologi Informasi (TI) untuk mendukung usahanya yaitu untuk pemasaran dan penjualan secara online melalui internet berupa *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Padahal salah satu kunci keberhasilan UMKM adalah tersedianya pasar yang luas bagi peningkatan produksi usahanya.

Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan pra-syarat untuk meningkatkan daya saing. (Adiono, 2011).

Menyadari akan permasalahan tersebut, kami Dosen Fakultas Eko-

nomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta adalah salah satu Perguruan Tinggi yang peduli terhadap lingkungan masyarakat sekitar, melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam hal pencatatan usaha atau pembukuan, menentukan harga jual, dan pemasaran bisnis melalui *e-commerce*, serta dapat memotivasi para UMKM dapat menjalankan usahanya secara profesional.

2. PERMASALAHAN

Permasalahan yang terjadi pada UMKM di Kecamatan Cibadak Rangkasbitung Banten, yaitu masih banyak pelaku UMKM belum menerapkan sebuah standar pembukuan, belum dapat menentukan harga pokok penjualan dan harga jual serta mengandalkan sistem pemasaran dan penjualan secara manual yaitu penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen melalui pembukaan toko atau pasar konvensional, lapak atau melalui jualan keliling (*door to door*). Hanya sebagian kecil yang sudah memanfaatkan *website* namun masih sekedar menempelkan atau menempatkan usahanya pada *website* saja dengan kualitas web yang seadanya.

Guna mengatasi hal tersebut, maka diperlukan pelatihan bagaimana membuat pencatatan usaha /pembukuan yang baik dan benar serta bagaimana menentukan harga pokok produksi dan harga jual serta strategi pemasaran dan penjualan yang efektif, mudah, dan murah dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis web dengan metode pembuatan kerangka kerja (*framework*) web sistem mana-

jemen isi untuk menjadikan website tersebut selalu menduduki ranking teratas atau halaman pertama pada mesin pencari internet sehingga konsumen atau pelanggan mudah mencari alamat website tersebut. Dengan demikian diharapkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat mendapatkan berbagai keuntungan dalam mempromosikan atau memasarkan usahanya, melakukan transaksi penjualan produk-produk usahanya, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya.

Target dalam pengabdian kepada masyarakat ini berfungsi untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang terjadi pada mitra, yaitu berupa:

- a. Peningkatan pengetahuan para pelaku UMKM tentang pencatatan usaha atau pembukuan serta menghitung harga pokok produksi, harga penjualan dan bisnis via on line.
- b. Peningkatan pemahaman para pelaku UMKM tentang cara membuat pembukuan usaha serta menghitung harga pokok produksi dan harga jual dan pembuatan blog setelah pelatihan.
- c. Tersedianya tambahan perangkat dan bahan pendukung operasi dan produksi dalam usaha yang baru dirintisnya,
- d. Tersedianya *Software Framework* Aplikasi *E-Commerce* bagi mitra sebagai bekal dasar pengembangan usaha,
- e. Terlatihnya sumber daya manusia mitra agar menjadi terampil dan profesional dalam mengoperasikan, software framework aplikasi *E-Commerce*.

3. METODOLOGI

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pelatihan terstruktur. Maksud dari metode ini adalah metode ceramah, diskusi informasi dan dilanjutkan dengan pelatihan secara langsung pembukuan sederhana, menentukan hpp dan harga jual serta pelatihan langsung pembuatan blog di internet. Materi ceramah dan diskusi informasi dimaksudkan memberikan pengetahuan wawasan tentang mencatat atau membukukan usaha serta menghitung hpp, harga jual dan internet serta peluang bisnis internet. Di samping itu, ceramah dan diskusi tentang peranan blog atau web dalam bisnis internet, langkah-langkah pembuatan web atau blog. Cara mendaftarkan blog untuk program *Google AdSense*. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan web atau blog langsung melalui internet.

Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam memasarkan produknya. Hal ini perlu dilakukan pendampingan (bimbingan) selama 1 (satu) bulan tentang pemasaran bisnis melalui *e-commerce* sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan komputer beserta jaringan internet.

Agar pelaksanaan kegiatan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan, maka pengabdian berusaha melakukan proses evaluasi dari kegiatan tersebut, dengan menentukan kriteria dan menetapkan indikator keberhasilan sebagai berikut :

Tabel 1. Penentuan Kriteria dan Indikator Keberhasilan Kegiatan Abdimas

Kegiatan	Kriteria	Indikator Keberhasilan
Seminar (Ceramah & Tanya Jawab)	Meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan wawasan	Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pembukuan, penentuan hpp, harga jual dan pemasaran internet melalui : a. Motivasi melakukan kegiatan usaha dengan pemasaran bisnis melalui internet marketing. b. Memotivasi para pelaku usaha agar dapat menjalankan usahanya secara profesional. c. Motivasi untuk mengembangkan kegiatan usahanya.
Pelatihan (Simulasi)	Meningkatkan kemampuan menerapkan kegiatan membuat pembukuan usaha, menentukan hpp, harga jual dan pembuatan situs blog secara teknis.	Mampu menyusun dan membuat pembukuan usaha serta menentukan hpp, harga jual dan situs blog secara teknis
Pendampingan	Mampu melakukan penjualan melalui internet marketing	25 % Memahami komputer dan jaringan internet 50% Memahami sistem pemasaran bisnis 75% Melakukan upload produk 100% Melaksanakan internet,marketing (e-commerce)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kecamatan Cibadak Kabupaten Lebak Banten dengan mitranya Kelompok UMKM Desa Bojongcae Kecamatan Cibadak Lebak Banten.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 20 Agustus 2022. Para peserta yang hadir pada waktu pelaksanaan kegiatan ini adalah kelompok usaha ibu rumah tangga. Adapun peserta ibu rumah tangga yang dimaksud kebanyakan dari mereka hanya sebagai ibu rumah tangga, sebagian terdiri dari ibu-ibu yang memiliki usaha sederhana dan hanya sedikit yang bekerja di kantor.

Peningkatan pengetahuan atau kiat-kiat membangkitkan usaha rumahan dan mandiri atau kewirausahaan dan peningkatan kemampuan finansial bagi kelompok ibu-ibu rumah tangga adalah merupakan

bagian yang sangat penting dan harus diketahui oleh para peserta untuk menjadi usaha mandiri yang sukses dan berhasil. Memulai usaha sungguh luar biasa sulit, tidak hanya diperlukan modal, tetapi juga tekad, keterampilan, pengetahuan, ketekunan, berani mengambil risiko, tidak putus asa, pandai mengelola dan kemauan untuk terus belajar. Keterbatasan pengetahuan dan pemahaman peserta dalam kewirausahaan dan pemasaran produk memang tidak mudah untuk dilaksanakan.



Gambar 1 : Foto Bersama Peserta Abdimas Di Desa Bojongcae Kecamatan Cibadak Lebak Banten

Pelatihan Accounting (Pembukuan Sederhana)

Kegiatan pelatihan upaya Peningkatan Pengetahuan Akuntansi melalui Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Wilayah Kecamatan Cibadak Lebak Banten, dilaksanakan selama 2 jam pelajaran. Metode pelaksanaan pelatihan adalah klasikal dengan metode pembelajaran berupa penjelasan atau menerangkan dengan menggunakan presentasi *power point* dan menggunakan contoh studi kasus mengenai pelatihan dasar pembukuan sederhana.

Materi dasar konsep pengetahuan akuntansi yang diberikan adalah:

- Pengertian dan hakekat pembukuan sederhana.
- Kiat-kiat melakukan dan etika melakukan pembukuan sederhana sebagai dasar untuk perberdayaan masyarakat melalui edukasi dalam

melakukan usaha dengan tujuan dapat mengatasi dan meminimalisir catatan pembukuannya yang semula tidak jelas alur keuangan pemasukan atau pengeluaran usaha.

Adapun mekanisme penyampaian materi dalam pelatihan dan pembekalan pembukuan sederhana adalah sebagai berikut ;

- a. Memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM untuk setiap transaksi dicatat pada penerimaan dan pengeluaran uang dari usahanya dalam buku penerimaan dan pengeluaran kas secara harian.
- b. Memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM untuk mencatat semua pendapatan dan belanja/beban dan menghitung selisihnya, apabila lebih besar pendapatan maka usahanya mendapatkan laba dan sebaliknya apabila lebih besar belanja atau beban maka usahanya akan mengalami kerugian. Pencatatan ini dapat dilakukan secara harian, mingguan, bulanan, semesteran dan tahunan, kemudian membuat Laporan Laba Rugi serta Neraca.
- c. Dengan melakukan pencatatan semua kegiatan lalu lintas keuangan usahanya misalnya mencatat penerimaan dan pengeluaran kas, mencatat pendapatan dan belanja/beban maka akan didapatkan sebuah angka laporan keuangan yang pasti dari usahanya tersebut.

Namun demikian selain pelatihan dan pembekalan pengetahuan akuntansi melalui pelatihan pembukuan sederhana dengan contoh aplikasi sektor riil berupa pembuatan laporan buku penerimaan dan pengeluaran kas, laporan laba rugi, dan laporan neraca, contoh-contohnya juga diberikan secara langsung

melalui praktek yang dipandu oleh tim pelaksana dan diikuti oleh peserta pelatihan sejumlah 25 (dua puluh lima) peserta.

Pelatihan Pricing (Menentukan Harga Pokok Penjualan)

Dengan berkembangnya teknologi digital dalam era saat ini masyarakat butuh informasi baru, wawasan baru melalui pelatihan-pelatihan seperti pelatihan yang terkait dengan pengembangan usaha, perhitungan dan penetapan harga pokok penjualan, serta pelatihan penetapan harga jual sehingga mereka mendapat kemudahan dalam penetapan harga jual dan estimasi laba.

Tanggal 20 Agustus 2022 dilakukan kegiatan pelatihan tentang menentukan harga pokok penjualan, yang diikuti oleh 25 peserta. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test para peserta menunjukkan rasa optimis dalam pengembangan usaha, hanya mereka selama ini belum memiliki pengetahuan khususnya dalam teknik perhitungan biaya dan penetapan harga jual sehingga mereka menetapkan harga produknya berdasarkan mekanisme pasar.

Beberapa tujuan yang perlu diketahui dari perhitungan harga pokok penjualan adalah untuk mendapatkan nilai suatu barang atau jasa. Melalui penetapan harga pokok penjualan ini, kita akan lebih mudah menentukan nilai jual dan memperkirakan keuntungan. Selain untuk menentukan harga jual, perhitungan harga pokok penjualan dengan metode *variable costing* juga berguna untuk menilai efisiensi perusahaan. Selain itu juga dapat digunakan sebagai dasar penilaian penyusunan neraca yang menyangkut penilaian terhadap aset.

Harga pokok adalah suatu produksi jumlah pengorbanan, dapat diduga, dan kuantitatif dapat diukur

berhubungan dengan proses produksi, yang dilakukan pada saat pertukaran dan dalam kebanyakan hal harus didasarkan atas nilai pengganti kesatuan-kesatuan nilai yang telah dikorbankan. Harga pokok yaitu jumlah pengeluaran serta beban yang diterima oleh suatu perusahaan, baik langsung atau tidak langsung. Adapun tahap dalam perhitungan Harga Pokok Penjualan sebagai berikut:

- a. Menghitung jumlah bahan baku yang digunakan dalam proses produksi
- b. Menghitung biaya produksi dalam proses pembuatan produk.
- c. Menghitung Harga Pokok Produksi dalam pembuatan produk
- d. Menghitung Harga Pokok Penjualan

Berdasarkan hasil diskusi dan tanya jawab dari peserta diantara mereka seolah-olah menemukan jawaban dari berbagai permasalahan yang mereka hadapi selama ini, dan mereka ingin pelatihan dalam aspek yang lain namun masih terkait dengan sistem pengelolaan keuangan agar usahanya dapat berkembang seperti usaha UMKM lainnya.

Pelatihan Marketing Berbasis Web

Pelatihan dasar *e-commerce* merupakan pelatihan yang dilakukan untuk mendasari atau sebagai dasar pelatihan *e-commerce* yang sesungguhnya. Pelatihan *e-commerce* yang sesungguhnya ini dalam arti pelatihan penerapan aplikasi *e-commerce* berbasis CMS dan SEO yang dikembangkan dengan membangun aplikasi yang memiliki fitur-fitur sesuai keinginan pengguna. Materinya adalah membuat *web blog* dengan *blogspot* dan *e-commerce* dengan *prestashop*.

Kegiatan pelatihan pembuatan situs blog sebagai media promosi

dilaksanakan selama 2 jam pelajaran yaitu tanggal 20 Agustus 2022.

Metode pelaksanaan pelatihan adalah klasikal dengan metode pembelajaran berupa penjelasan atau menerangkan dengan menggunakan presentasi *powerpoint* dan menggunakan contoh studi kasus.



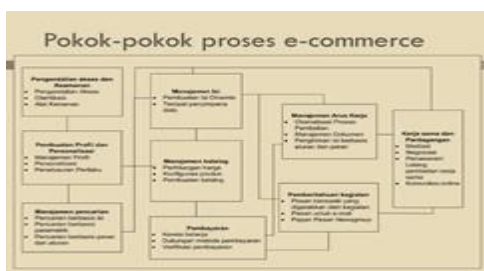
Gambar 2 : Pelaksanaan Pelatihan E-Commerce

Waktu pelaksanaan pelatihan dasar *e-commerce* adalah selama 2 jam efektif yang dilaksanakan selama rentang waktu satu hari. Metode pelaksanaan adalah dengan melakukan percobaan langsung menggunakan komputer yang berbasis internet. Contoh-contoh diberikan secara langsung melalui praktek yang dipandu oleh instruktur melakukan praktek di depan dan diikuti oleh peserta pelatihan. Jumlah peserta adalah 25 orang.

Pelatihan ini telah selesai dilaksanakan. Materi dasar *web e-commerce* yang diberikan adalah *web blog* menggunakan *blogspot* sebagai dasar untuk mempublikasikan tulisan-tulisan artikel dan gambar-gambar dengan beberapa fitur yang tersedia didalamnya. Tujuannya agar peserta mampu menguasai dasar *web blog* sebagai bekal untuk menerapkan web yang berbasis CMS yang nantinya diterapkan dalam *e-commerce* yang dikembangkan.

Garis besar materi yang disampaikan dalam pelatihan *web blog* dengan *blogspot* ini adalah sebagai berikut:

- a. Membuat *account blog* sebagai langkah awal dalam membuat sebuah atau beberapa *webblog*,
- b. Mengganti tampilan *web blog* dengan *template desain* yang *responsive* dan lebih menarik sesuai dengan tema *webblog* tersebut,
- c. Mengganti alamat *url blog* menggunakan *Top Level Domain, 2nd Level Domain, 3rd Level Domain, Keyword on Domain* hingga *Sub Domain*,
- d. Mengisi artikel, foto, video dan konten lainnya ke dalam *webblog* tersebut sebagai sarana publikasi maupun promosi usaha.



Gambar 3 : Materi Pelatihan E-Commerce

Pelatihan selanjutnya adalah dasar *e-commerce* dengan menggunakan paket aplikasi *prestashop*. Pelatihan ini dilaksanakan setelah pelatihan *web blog* dengan *blogspot*.

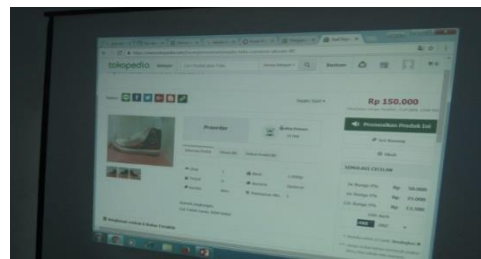
Tujuan pelatihan *e-commerce* dengan paket aplikasi *prestashop* adalah agar peserta pelatihan dapat membuat aplikasi *e-commerce* dengan bentuk *template e-commerce* secara gratis karena bersifat *open-source* artinya boleh digunakan, diunduh dan dikembangkan oleh siapa pun dengan gratis. Tidak ada biaya yang dikeluarkan jika kita ingin menggunakan CMS yang ada kecuali kalau ingin di-onlinekan dengan domain yang profesional seperti *.com*.

Namun demikian untuk pelatihan ini dilakukan dengan melakukan *online* secara gratis, namun web gratis ini sifatnya sementara. Nantinya setelah selesai pelatihan baru diterap-

kan pada domain profesional yang dapat dibeli dari penyedia atau provider internet.

Materi pelatihan berupa :

- a. Display produk disertai deskripsi dan harga,
- b. Display produk terbaru,
- c. Display produk terlaris,
- d. Display harga promo,
- e. Display keranjang belanja,
- f. Display merek yang dijual,
- g. Display rekening bank untuk pembayaran,
- h. Display kontak yang bisa dihubungi,
- i. Penghitung stock otomatis,
- j. Penghitung ongkos kirim otomatis,
- k. Fasilitas komunikasi *real time online* semacam YM.



Gambar 4 : Salah Satu Hasil Pelatihan E-Commerce

Selain melakukan pelatihan *e-commerce* dengan *prestashop* yang dilakukan secara *online*, juga perlu dilakukan persiapan untuk pelatihan secara *offline*. Tujuannya agar setiap kali melakukan pembelajaran pelatihan pembangunan *e-commerce* dengan *prestashop* tidak harus tergantung pada keberadaan koneksi internet. Untuk kebutuhan tersebut maka perlu dilakukan instalasi secara local (*localhost*), sehingga setelah dilakukan pelatihan *prestashop* secara klasikal tersebut peserta dapat melakukan pelatihan secara mandiri dengan menggunakan PC (laptop)

Adapun keberhasilan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilihat dari tolak ukur:

a. Respon dan aktivitas positif dari peserta pelatihan

Respons peserta dan aktivitas peserta pelatihan diukur melalui observasi selama pelatihan berlangsung dimana mereka sangat aktif dalam bertanya dan terlihat antusias mereka dalam mengikuti pelatihan.

b. Meningkatnya keterampilan peserta setelah mendapat pelatihan

Keterampilan peserta diobservasi pada saat pelatihan melalui pemberian modul pelatihan yang berisi langkah-langkah secara mendetail materi tentang pembuatan blog.

Rencana tahapan berikutnya dalam program pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan pendampingan dan evaluasi yang meliputi :

a. Untuk hal itu *e-commerce* yang telah dikembangkan perlu diuji kembali dan siap untuk diterapkan pada mitra dengan melakukan pelatihan.

b. Selain itu juga perlu dilakukan pendampingan usaha dan penerapan *e-commerce* yang dilanjutkan dengan implementasi dan instalasi, dan berakhir dengan evaluasi dan monitoring.

c. Evaluasi program untuk melihat seberapa jauh program ini bermanfaat bagi kelompok UMKM yang khususnya berada di wilayah Kecamatan Cibadak Lebak Banten.

5. KESIMPULAN

Dari hasil evaluasi serta temuan-temuan yang kami peroleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat kami simpulkan bahwa program P2M ini

telah mampu memberikan manfaat yang sangat besar dan tepat sasaran bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang menjadi khalayak sasaran dalam kegiatan ini. Bentuk pelatihan seperti ini merupakan bentuk yang sangat efektif untuk memberikan penyegaran dan tambahan wawasan serta pengetahuan baru di bidang teknologi informasi.

Sesuai dengan hasil evaluasi respons yang telah dilakukan, kami menyarankan hendaknya program-program pengabdian masyarakat seperti ini dapat dilaksanakan secara reguler dan berkala, melihat tingkat kebutuhan yang sangat tinggi akan pengenalan aplikasi-aplikasi komputer yang baru, dalam jangka waktu yang relatif singkat mengikuti perkembangan teknologi secara global.

DAFTAR PUSTAKA

Agung, Adiono, 2017, Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM, Bandung. STIE-INABA

Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2020, Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2018-2019, www.depkop.go.id, di akses 20 April 2020

Dinkopumkm.semarangkota.go.id, 2020, Produk UMKM dan Koperasi Dipamerkan, diakses 20 April 2020.

Heri, 2018. *Akuntansi Dasar 1 dan 2*, Jakarta: Grasindo.

William J. Stanton , 1991, *Fundamentals of Marketing*, edition 9, McGraw-Hill

Philip Kotler, Gary Armstrong, 2010, *Principles of Marketing*, Second European Edition, *Pren-tice Hall*

<http://bisnisukm.com/strategipemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html>

Philip Kotler, Gary Armstrong, 2010,
Principles of Marketing, Second
European Edition, *Prentice Hall*

<http://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html>