

Peranan E-Commerce Dalam Membangun Brand Bisnis

Utin Kasma, Mario Sukmanasani, Glendy Phansa

STMIK Pontianak, STMIK Pontianak, STMIK Pontianak

*Email: utin.kasma@yahoo.co.id

ABSTRAK

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi dan system informasi semakin pesat. Penerapan teknologi informasi dan system informasi dalam dunia bisnis sudah merambah hamper disemua aspek bisnis sehingga berpengaruh terhadap persaingan kompetitif para pelaku bisnis. Peranan system e-commerce dalam dunia bisnis juga semakin diakui dapat membantu para pelaku bisnis ini dalam mengembangkan bisnis yang dijalankan. Pemahaman akan peran system e-commerce dalam dunia bisnis sangat dibutuhkan agar dapat dimanfaatkan secara maksimal. Dalam rangka memberikan pemahaman mengenai peranan system e-commerce dalam dunia bisnis tersebut maka kegiatan seminar ini dilakukan dengan melibatkan siswa SMA sebagai pesertanya. Metode yang digunakan dalam kegiatan seminar ini adalah dengan mempresentasikan setiap slide PPT yang telah disiapkan serta berkaitan erat dengan peranan system e-commerce dalam membangun brand bisnis. Peserta kegiatan seminar adalah siswa SMA kelas XII SMA Bina Utama Pontianak yang berjumlah 24 orang siswa. Diakhir kegiatan, dilakukan sesi pertanyaan dua arah untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan.

Kata kunci : Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Sistem e-Commerce.

ABSTRACT

The development of information technology and information systems is growing rapidly. The application of information technology and information systems in the business world has penetrated almost all aspects of business so that it affects the competitive rivalry of business people. The role of e-commerce systems in the business world is also increasingly being recognized as being able to help these business people in developing the business they are running. Understanding of the role of the e-commerce system in the business world is needed so that it can be utilized optimally. In order to provide an understanding of the role of the e-commerce system in the business world, this seminar was carried out by involving high school students as participants. The method used in this seminar is present each PPT slide that has been prepared which closely related to the role of the e-commerce system in building a business brand. The participants of seminar are students at XII class of SMA Bina Utama Pontianak. At the end of the activity, a two-way question session was held to find out the extent to which the participants understood the material presented.

Keywords: Information Technology, Information Systems, e-Commerce Systems.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat berdampak pada

perubahan pada semua aspek kehidupan manusia. Demikian juga dalam aspek perdagangan yang semakin berkembang,

perubahan ini tentu saja memaksa para pelaku bisnis untuk melakukan perubahan perilaku perdagangan yang dijalankan. Perubahan perilaku perdagangan ini tentu saja memberikan banyak keuntungan baik kepada konsumen maupun kepada para pelaku bisnis itu sendiri. Perilaku perdagangan konvensional yang sudah lama diterapkan mulai ditinggalkan oleh konsumen. Perdagangan yang berbasis internet semakin merambah pada hampir semua bidang perdagangan. Perubahan pola perdagangan yang semakin marak ini terjadi juga dipengaruhi dari kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin merasa nyaman dengan keberadaan teknologi informasi. Dengan semakin maraknya penggunaan internet, semakin marak pula perdagangan secara elektronik (ecommerce) dijalankan oleh pelaku bisnis dalam berbagai ukuran, mulai dari perusahaan raksasa sampai online shop (toko online) rumahan. Pembeli dan penjual dengan mudah dapat terkoneksi secara cepat hingga melakukan transaksi, dan apa yang diinginkan pembeli dapat cepat pula ditanggapi oleh penjual, 63 sehingga tercapai kepuasan pelanggan dan peningkatan keuntungan bagi penjual (Rehatalanit, Y, 2016). *E-Commerce* sebagai sistem perdagangan elektronik memberikan banyak manfaat baik bagi penjual maupun pihak pembeli. Dari sisi penjual, sistem *E-Commerce* menawarkan berbagai kemudahan yang berdampak pada efisiensi dan efektifitas proses-proses bisnis perusahaan. Sementara dari sisi pembeli, sistem *E-Commerce* menawarkan sistem pelayanan yang lebih baik dari sistem konvensional (Kasma, U, 2022). Sistem *E-Commerce* tidak hanya berbicara tentang proses penjualan dan pembelian secara online saja tapi juga mencakup proses-proses online lainnya seperti mengumpulkan informasi untuk mengetahui produk apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pangsa pasar, memberikan stimulasi atau edukasi kepada konsumen mengenai produk yang

dipasarkan, dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, pemasaran, penjualan, tracking, pelayanan dan proses pembayaran produk. *E-Commerce* adalah perdagangan yang menggunakan mekanisme elektronik yang ada di jaringan internet (Ustadiyanto, R, 2001). Berbelanja di internet atau online shopping merupakan sebagian kecil dari belantara *E-Commerce*, sedangkan sebagian besar sebetulnya berupa hubungan dagang bisnis ke bisnis yang memudahkan proses pembelian antar perusahaan (Wahana, A, 2002). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang perniagaan telah berkembang dengan sangat pesat melalui sejumlah perubahan yang sangat signifikan dalam bentuk digitalisasi, mobilitas modal dan liberalisasi (Srisadono, W, 2018). Penggunaan e-commerce merupakan sebuah keharusan dalam dunia usaha, mengingat masalah yang semakin kompleks, kompetitor yang semakin menjamur dan tuntutan untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global yang mengharuskan untuk selalu bertindak kreatif (Alwendi, 2020). Penerapan *E-Commerce* dalam sebuah bisnis memberikan peluang perkembangan bisnis lebih baik yang mampu menciptakan peningkatan value dari bisnis tersebut.

RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan PKM ini adalah bagaimana peranan system e-commerce dalam membangun brand sebuah bisnis. Rumusan permasalahan ini diangkat mengingat minimnya pemahaman masyarakat khususnya kaum remaja mengenai system e-commerce.

METODE

Dalam menyampaikan materi mengenai Peranan *E-Commerce* dalam membangun value bisnis ini, penulis melaksanakan kegiatan seminar bersama dengan rekan dosen lainnya dalam bentuk

PKM. Adapun pelaksanaan PKM terbut mengusung tema “Peranan E-Commerce Dalam Membangun Value Bisnis” dan dilaksanakan di SMU Bina Utama Pontianak pada tanggal 16 Januari 2023. Adapun jumlah peserta sebanyak 24 orang yang merupakan siswa kelas XII. Adapun perangkat yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah laptop dan LCD Projector. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM adalah dengan mempresentasikan slide materi dengan isi yang relevan dengan peranan E-Commerce dalam membangun value sebuah bisnis.

Dalam memulai kegiatan presentasi materi, peserta diberikan pertanyaan yang terkait dengan pemahaman tentang e-commerce. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemahaman peserta dengan materi yang akan disampaikan. Dari hasil jawaban yang disampaikan oleh peserta dapat diketahui bahwa sebagian peserta sudah memahami tentang system e-commerce namun masih sangat terbatas. Peserta memahami system *e-commerce* hanya sebatas *e-commerce* sebagai system pembelian yang dilakukan secara online saja. Dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini, penulis akan memaparkan secara detail mengenai peranan sistem *E-Commere* dalam membantu perusahaan untuk meningkatkan value bisnis yang dijalankan. Harapan penulis bahwa peserta akan lebih memahami dan dapat memanfaatkan system e-commerce ini secara optimal dimasa yang akan datang.

PEMBAHASAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan dalam bentuk seminar ini diawali dengan presentasi materi yang membahas mengenai peranan system *E-Commerce* dalam dunia bisnis. Sistem *e-commerce* tidak hanya sebatas digunakan untuk membantu penjualan secara online saja

namun juga penerapan system *e-commerce* ini juga berperan dalam membantu perusahaan untuk meningkatkan value dari bisnis yang dijalankan. Selain merubah trend penjualan dari system konvensional ke sebuah system yang berbasis internet, system *e-commerce* juga berperan membantu perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan dengan lebih efektif dan efisien yang tidak terbatas ruang dan waktu. Dengan berbagai peranan dari penerapan system *e-commerce* ini tentunya akan berpengaruh terhadap meningkatnya value perusahaan yang berdampak pada meningkatnya kemampuan perusahaan dalam membangun brand bisnis yang dijalankan.

Dalam penyampaian materi kegiatan PKM, tidak hanya menyampaikan materi yang sudah disiapkan dalam slide PPT saja tetapi juga dilengkapi dengan memaparkan contoh-contoh nyata yang relevan dengan peranan system *e-commerce* dalam membangun brand sebuah bisnis. Tujuan dari penyampaian contoh-contoh yang relevan ini diharapkan mampu menggiring pemahaman peserta seminar terhadap manfaat dan peranan dari sebuah system *e-commerce* sehingga peserta mampu memahami berbagai peran dari *e-commerce* dan memanfaatkan keberadaan system *e-commerce* secara maksimal dimasa yang akan datang.

Berikut adalah bagian materi yang disampaikan dalam bentuk PPT pada kegiatan PKM tersebut.



Gambar 1 : Topik kegiatan PKM

E-COMMERCE BUSINESS MODELS

- E-tailer
- Transaction broker
- Market creator
- Content provider
- Community provider
- Portal
- Service provider

Gambar 2: Model Bisnis e-commerce

E-COMMERCE MARKETING

- Internet menyediakan cara baru untuk bisnis dan customer berinteraksi dan berkomunikasi.
- Rantai pemasaran yang luas.
Dapat menjangkau pangsa pasar yang luas dengan biaya yang murah
- Target pangsa pasar.
Dapat menelusuri perilaku pangsa pasar.

Gambar 3 : E-Commerce Marketing

JENIS E-COMMERCE

- o Business-to-consumer (B2C)
- o Business-to-business (B2B)
- o Consumer-to-consumer (C2C)

Gambar 4 : Jenis E-Commerce

Pada slide PPT disampaikan pengertian tentang *e-commerce*. Materi ini disampaikan agar peserta memahami konsep dari system *e-commerce*. Selain itu juga disampaikan mengenai model bisnis dari *e-commerce*, hal ini untuk memberikan pemahaman kepada peserta berbagai model bisnis dari *e-commerce* yang bisa dijalankan sehingga peserta dapat mengetahui bahwa system *e-commerce* tidak hanya dapat digunakan

untuk menjual produk saja secara online. Dalam *e-commerce* marketing, disampaikan berbagai kelebihan dari system *e-commerce* dibandingkan dengan system konvensional. Diharapkan peserta semakin memahami bahwa dewasa ini system *e-commerce* sudah menjadi salah satu kebutuhan yang esensial dalam menjalankan sebuah bisnis. Dalam penyampaian materi juga dijelaskan jenis dari *e-commerce*, hal ini dilakukan agar peserta seminar dapat memahami bahwa system *e-commerce* dapat diterapkan pada berbagai jenis bisnis yang dijalankan.

Berikut ini merupakan beberapa foto dari kegiatan PKM tersebut.



Gambar 5 : Penyampaian materi seminar



Gambar 6 : Peserta mengikuti seminar dengan baik



Gambar 7 : Tanya jawab

Gambar 5, 6 dan 7 menggambarkan proses penyampaian materi seminar serta interaksi antara pemateri dan peserta. Pemateri menyampaikan materi seminar yang sudah disiapkan dalam bentuk PPT dan dilengkapi dengan berbagai contoh yang relevan. Peserta mendengarkan dan memperhatikan penyampaian materi dengan sangat baik. Di akhir waktu penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan yang terkait dengan materi yang disampaikan ataupun berhubungan dengan topik PKM. Sesi tanya jawab ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana pemahaman peserta seminar terhadap materi yang sudah disampaikan. Pada sesi tanya jawab ini juga pemateri memberikan beberapa pertanyaan kepada peserta untuk mengetahui bagaimana penyerapan materi yang telah disampaikan dan bagi peserta yang berhasil memberikan jawaban yang benar akan mendapatkan souvenir dari pemateri.

SIMPULAN

Topik dari kegiatan PKM ini adalah “Peranan Sistem E-Commerce Dalam Membangun Brand Bisnis”. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pemahaman serta cakrawala pemikiran kepada masyarakat khususnya kaum remaja

mengenai peranan dari system *e-commerce* dalam dunia bisnis, mengingat bahwa kehidupan kaum remaja dewasa ini sangat tergantung dengan keberadaan internet sebagai media penerapan system *e-commerce*. Ketergantungan terhadap internet ini dapat memberikan pengaruh yang negative bagi masa depan kaum remaja apabila mereka menggunakannya dengan tidak bijaksana. Pemahaman mengenai system *e-commerce* serta peranan dari system *e-commerce* tersebut diharapkan mampu menggiring peserta untuk memanfaatkannya dengan optimal. Dengan adanya perubahan perilaku perdagangan dari konvensional ke sebuah sistem perdagangan yang berbasis *e-commerce* secara tidak langsung akan mempengaruhi image customer terhadap Brand dari bisnis yang dijalankan tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan kepada STMIK Pontianak serta pihak sekolah SMU Bina Utama Pontianak yang telah mendukung dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alwendi, 2020, ‘Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha’, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, No. 3.

Kasma, U 2022, ‘Penerapan Sistem E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Produk’, *Prosiding Abdimas Corisindo*.

Rehatalanit, Y 2016, ‘Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis’, *Jurnal Teknologi Industri*, Vol. 5.

Srisadono, W 2018, ‘Strategi Perusahaan E-Commerce Membangun Brand Community Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Omset Penjualan’, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 1, No. 1.

Ustadiyanto, R 2001, *Framework E-Commerce*, ANDI Yogyakarta, Yogyakarta.

Wahana, A 2002, *Apa & Bagaimana E-Commerce*, WAHANA Kompuer & ANDI Yogyakarta, Yogyakarta.